

La manipulación fotográfica en las redes sociales: el fenómeno de Instagram

**Photographic manipulation in social networks: The
phenomenon of Instagram.**



**Grado en Comunicación Audiovisual
TRABAJO FIN DE GRADO
Modalidad A**

Autor/a: Elena Muñoz Martínez

DNI: 48646436-X

al285641@uji.es

Tutor/a: María Estela Bernad Monferrer

Junio, 2017

ÍNDICE

RESUMEN.....	6
PALABRAS CLAVE.....	6
1 . INTRODUCCIÓN.....	7
• Justificación.....	7
• Objetivo General.....	10
Objetivos específicos.....	10
• Problema de investigación.....	10
• Hipótesis General.....	11
Subhipótesis.....	11
• Metodología.....	12
2. MARCO TEÓRICO.....	15
A. LA HISTORIA DE LA MANIPULACIÓN EN LA IMAGEN:.....	15
A.1. La era analógica; antes del Photoshop.....	15
A.2 La era digital; ¡hola Photoshop!.....	21
B. LA FOTOGRAFÍA EN LA ERA DIGITAL.....	24
B.1. La transformación de los usos sociales de la fotografía..	24
B.2. Internet, las redes sociales y los Smartphones. La ansiedad de capturar fotografías.....	26
B.3. La fotografía se convierte en un medio de comunicación en las redes sociales.....	30
B.4. La estética manda sobre la realidad.....	31
C. LA MANIPULACIÓN FOTOGRÁFICA EN INSTAGRAM.....	34
C.1. ¿Qué es Instagram?.....	34
C.2. El contexto social y los usuarios como clave de éxito.....	35
C.3. La obsesión por la manipulación.....	40

3. TRABAJO DE CAMPO.....	47
3.1. Fotografías analizadas.....	47
3.1.1. Imre Çeçen.....	47
3.1.2. Chompoo Baritone.....	49
3.1.3. Essena O'Neill.....	50
3.1.4. Stina sanders.....	53
3.1.5. Iskra Laerence.....	53
3.1.6. Inma Cuesta.....	54
4. CONCLUSIONES.....	59
4.1. Corroboración o refutación hipótesis de partida (resultados)	59
4.2. Conclusiones generales del trabajo realizado.....	60
BIBLIOGRAFÍA.....	64
ANEXO (curriculum).....	70

INDEX

ABSTRACT.....	6
KEY WORDS.....	6
1. INTRODUCTION.....	8
• Justification.....	8
• Overall objective	10
Specific objectives	10
• Research problems.....	11
• Key assumption.....	11
Sub-hypothesis.....	12
• Methodology	13
2.THEORICAL FRAMEWORK.....	15
A. HISTORY OF IMAGE MANIPULATION	15
A.1 Analogue era; before Photoshop.....	15
A.2 Digital era; ¡hello Photoshop!.....	21
B. PHOTOGRAPHY IN THE DIGITAL ERA.....	24
B.1 Transformation of social uses of photography.....	24
B.2.Internet, social networks and Smartphones. The anxiety caused by taking pictures.....	26
B.3. Photography becomes a means of communication in social networks.	30
B.4 Aesthetics rules over reality.....	31
C. PHOTOGRAPHIC MANIPULATION IN INSTAGRAM.....	34
C.1. ¿What is Instagram?.....	34
C.2. Social context and users as the key to success.....	35
C.3. Obsession with manipulation.....	40

3. FIELD WORK.....	47
3.1. Fotografihs.....	47
3.1.1. Imre Çeçen.....	47
3.1.2. Chompoo Baritone.....	49
3.1.3. Essena O'Neill.....	50
3.1.4. Stina sanders.....	53
3.1.5. Iskra Laerence.....	53
3.1.6. Inma Cuesta.....	54
 4. CONCLUSION.....	 59
4.1. Results.....	59
4.2. General conclusions.....	62
 BIBLIOGRAFHY.....	 60
ANNEX.....	70

RESUMEN

La manipulación fotográfica está presente en nuestra sociedad mucho antes de que llegara el *Photoshop*, pero con el inicio de la era digital, ha aumentando hasta límites insospechados, convirtiéndose en una obsesión para muchos jóvenes en la actualidad. Las redes sociales, los *smartphones* y la web 2.0 han transformado los usos sociales de la fotografía, siendo un medio de comunicación muy potente en las aplicaciones como Instagram. Esta app, ha sido todo un *boom* respecto a la manipulación fotográfica, capaz de añadir tus propios filtros y utilizar herramientas de retoque a la hora de compartir una imagen con los demás usuarios. Pero la manipulación en este caso, no sólo se basa en la post-producción de la imagen, si no que los *instagramers* buscan la estética perfecta de su vida idealizada mucho antes de apretar el obturador, buscando aumentar su autoestima con las interacciones de sus seguidores.

Palabras claves: manipulación fotográfica, Instagram, redes sociales, Photoshop, estética y realidad.

ABSTRACT

Photographic manipulation has been present in our society long before the arrival of Photoshop, but with the beginning of the digital era, it has increased to unsuspected limits, becoming an obsession for young people today. Social networks, Smartphones and Web 2.0 have transformed the social uses of photography turning it into a very powerful means of communication in apps such as Instagram. This app has been a boom in terms of photo manipulation since you are able to use your own filters and retouching tools when sharing a picture with other users. However, the manipulation in this case is not only based on the post-production of the picture, but in the fact that instagramers seek the perfect aesthetic of their idealized life before tightening the shutter, seeking to increase their self-esteem with the interactions of their followers.

KEY WORDS: photographic manipulation, Instagram, social networks, Photoshop, aesthetics and reality.

1. INTRODUCCIÓN

JUSTIFICACIÓN

La imagen fotográfica convive con la sociedad actual de manera directa, gracias a los nuevos avances tecnológicos y las redes sociales. Diariamente se generan grandes cantidades de información, con contenidos de interés o no, y dicha información siempre va acompañada de una fotografía. Esta información está cada vez más presente en la red. Compartir nuestra historia, nuestra identidad o nuestras fotografías en la red con los demás usuarios se ha convertido en una práctica lúdica y cotidiana para la sociedad. “Esta práctica, que se basa en la producción y publicación de imágenes para estimular la sociabilidad en redes sociales online, ha sido motorizada por una serie de cambios tecnológicos y socio-culturales que se han dado en paralelo al desarrollo de Internet” (Diego Basile y Joaquín Linne, 2015, p. 27).

El avance y la masificación de las TIC, junto con los efectos de la digitalización en la fotografía, ha creado la manipulación fotográfica en las redes sociales, “el último intento de controlar, enmarcar, y empaquetar nuestras vidas (nuestras vidas idealizadas) para su presentación a los demás y para nosotros mismos” (Maria Popova, 2015, párr. 7).

Sontag, en su libro *Sobre la Fotografía* (1977) sostiene que es un rito social, una defensa contra la ansiedad y una herramienta del poder. La tecnología digital, el consumismo estético, los *influencers*, el *Photoshop*, son algunas de los causantes de que la manipulación fotográfica esté tan presente en la actualidad en las redes sociales. Millones de personas tienen acceso a una cámara y a internet. Su bajo coste, la facilidad de difusión y “el hecho de que millones de personas accedan a estos económicos equipos digitales, hizo posible que se produzcan y compartan billones de fotos en el mundo” (Diego Basile y Joaquín Linne, 2015, p.25).

Es muy difícil encontrar a día de hoy una fotografía que no haya sido editada o retocada antes de su publicación, pero en algunos casos se lleva a niveles extremos, incluso para manipular el propio sentido de la imagen, creando una realidad inventada por el usuario, incluso rompiendo límites morales.

El análisis de perfiles y fotografías de Instagram ayudará a profundizar y recopilar información sobre la repercusión que estas conllevan en la red. La excesiva manipulación en la web afecta también a la marca personal, a la reputación online de los individuos, que cada vez más se dejan llevar por el consumismo estético. De esta forma se nos muestra que las redes sociales influyen y repercuten en la sociedad actual a grandes rasgos, generando en el usuario una dependencia total. Cada vez más los usuarios necesitan la aprobación de otros para sentirse bien consigo mismos, necesitan seguidores en sus cuentas, likes y comentarios para una auto-aprobación. En este ensayo se investigará el porqué de la utilización de la manipulación fotográfica en las redes y cómo influye en el usuario. Para ello, el trabajo se divide en 3 capítulos, dando comienzo con la manipulación fotográfica de la era analógica y la era digital para analizar cómo ha repercutido el Photoshop en la fotografía. El siguiente capítulo se centra en la fotografía en la era digital, donde internet, las redes sociales y los smartphones han transformado el uso social de la imagen, anteponiendo la estética a la realidad. El trabajo concluye con un capítulo centrado en la manipulación fotográfica en la red social Instagram, la cual posee sus propias herramientas y filtros para poder retocar la imagen con facilidad y a coste 0, a nivel usuario. El boom de esta red social ha llevado a extremos de querer capturar imágenes durante todo el día para compartirlas con nuestros seguidores y conseguir su aceptación y aprobación. El número de imágenes generadas al día asciende hasta límites jamás imaginados, y la mayoría para publicarlas en las redes mostrando nuestra identidad idealizada.

1. INTRODUCTION

JUSTIFICATION

Currently, photographic image coexists with society thanks directly to the new technological advances and social networks. Daily, large amounts of information are generated, which may be contents of interest or not, and this information is always accompanied by a photograph. This kind of information is increasing more and more in the network. Share our story, our identity or our pictures in the network with the rest of users, has become a playful and every day practice for society. "This practice, based on the production and publication of pictures to stimulate sociability in online social networks, has been driven by a series of technological and socio-cultural changes that have occurred in parallel to the development of the Internet" (Diego Basile and Joaquín Linne, 2015, p.27).

The advance and massification of ITCS, together with the effects of digitization of photography, have created photographic manipulation in social networks, “the last attempt to control, frame, and package our lives (our idealized lives) for their presentation to other and to ourselves” (Maria Popova, 2015, paragraph 7).

Sontag, in her book *Sobre la Fotografía* (1977) claims that it is a social rite, a defense against anxiety and a tool of power. Some of the causes why photographic manipulation is so present in the social networks today are technology, aesthetic consumerism, influencers and Photoshop. Millions of people have access to a camera and the internet. Its low cost, the easy way of diffusion and “the fact that millions of the people access these cheap equipment, made it possible to produce and share billions of photos in the world” (Diego Bastille y Joaquín Linne, 2015, p. 25).

Today, it is very difficult to find today a photograph that has not been edited or retouched before its publication, but in some cases, it is taken to extreme levels, even to the manipulation of the sense of the picture itself, creating a reality made up by the users, which breaks all the moral boundaries.

Analysis of profiles and pictures in Instagram will help to deepen and collect information on the impact that these entail on the network. Excessive manipulation in the web also affects the personal best and the reputation of individuals, who are driven by aesthetic consumerism increasingly. This is how we are shown that social network influences and has consequences on the current society broadly, generating a total dependence in the user. More and more users need the approval of other to feel good about them, they need followers of their accounts, likes and comments for self-approval. This essay aims to investigate why people use photographic manipulation in networks and how it influences the user. In order to achieve this, the paper is divided into 3 chapters, starting with the photographic manipulation in the analogue era and the digital era to analyze how Photoshop has impacted in photography. The next chapter focuses on photography in the digital area, where Internet, social networks and Smartphones have transformed the social use of pictures, giving rise to aesthetics rather than reality. The paper concludes with a chapter focused on photographic manipulation in the social network Instagram, which has its own tools and filters, making it possible to retouch pictures easily and for free (user level). The boom of this social network has taken to the extreme the desire of taking pictures through the day to share them with our followers and get their acceptance and

approval. The number of images generated per day goes up to limits never imagined, and most of them are published online to show other our idealized live.

OBJETIVO GENERAL: Investigar y analizar el peso de la manipulación fotográfica en las redes sociales, y cómo se comportan los usuarios de Instagram ante ella.

Objetivos específicos:

- Elaborar una investigación en Instagram sobre la manipulación de las fotografías.
- Analizar la repercusión de las fotografías manipuladas en las redes sociales.
- Explicar el impacto creado en la sociedad en la era digital.
- Indagar sobre la importancia de las redes sociales, en cuanto a la marca personal y la estética.
- Investigar el comportamiento de los usuarios de las redes sociales al crear o interactuar con fotografías manipuladas.

OVERALL OBJECTIVE: Investigate and analyze the amount of photographic manipulation in the social network, and how users of Instagram behave.

Specific Objectives:

- Develop an investigation in Instagram about photographic manipulation
 - Analyze the impact of manipulated pictures on social networks
 - Explain the impact created in society in the digital age
 - Inquire about the importance of social networks in terms of personal best and aesthetics.
 - Investigate the behavior of users of social networks when creating or interacting with manipulated pictures.
-

PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN, responde a la pregunta:

¿Por qué este trabajo es interesante, beneficioso, importante y novedoso, tanto para mí como para mi disciplina y los destinatarios de ella?

El abuso de las redes sociales es cada vez más real. Los usuarios suben fotos sin pensar en su reputación online, retocan y manipulan las fotografías para ser aceptados y seguidos por los demás usuarios, quitándole veracidad al momento de la fotografía, llegando a crear una realidad inventada.

RESEARCH PROBLEMS, answer the question:

Why is this paper interesting, beneficial, important and innovative, both for me and for my discipline and the recipients of it?

The abuse of social networks is becoming more and more real. Users upload pictures without thinking about their own reputation, they retouch and manipulate the photographs to be accepted and followed by other users, taking away truthfulness at the time of photography, creating an invented reality.

HIPÓTESIS GENERAL: En la actualidad, la importancia y protagonismo de las redes sociales implica que en muchos casos los usuarios manipulen las imágenes fotográficas para mostrar una realidad inventada con el objetivo de conseguir más seguidores, convertirse en *influencers* o simplemente por consumismo estético e impacto social.

Sub-hipótesis:

- La nueva era digital ha alzado a *Photoshop* como herramienta principal para manipular contenido fotográfico y publicarlo en las redes.
- Los límites morales en la fotografía se sobrepasan gracias a la manipulación fotográfica, utilizando las redes sociales para su distribución.
- La reputación online es fundamental en la sociedad, siendo las redes sociales una herramienta capaz de destruirla o mejorarla.
- La manipulación fotográfica destruye toda aquella verdad que debería ser contada.

KEY ASSUMPTION: Nowadays, the importance and the role of social networks means that in many cases users manipulate photographic images to show a reality invented with the objective of getting more followers, become influencers or simply by aesthetic consumerism and impact.

Sub- Hypothesis:

- The new digital era has elevated Photoshop as the main tool for manipulating photographic content and publishing it on networks.
- The moral limits are exceeded in photography thanks to the photographic manipulation, using social networks for its distribution.
- Online reputation is fundamental in society, social networks being a tool capable of destroying or improving it.
- The photographic manipulation destroys all the truth that should be told.

METODOLOGÍA:

Para conseguir los objetivos del estudio con éxito, he utilizado diferentes fuentes de información. La investigación del asunto se ha basado en la búsqueda de información por la red o en libros de autores que hacen referencia al tema. Es decir, parte de la teoría método hipotético deductivo que desde la fuente primaria o secundaria, se establecen los conceptos básicos para poder hacer un análisis práctico de la cuestión planteada. La mayoría de los datos estudiados han sido extraídos de la web, informes, trabajos de fin de grado anteriores de diferentes universidades internacionales, o libros electrónicos de profesionales en el tema de la fotografía, las redes y la identidad, todos ellos disponibles en la bibliografía, al final del trabajo.

Para lograr un análisis del tema de forma correcta, se comenzó en el primer capítulo del marco teórico por abordar los primeros indicios que hubo en años pasados sobre la manipulación en las fotografías de la época, mucho antes de que existiera el programa de retoque fotográfico *Photoshop*. Así una vez establecidos los inicios en la imagen, se fue avanzando y comparando con la actualidad, donde una era digital, en la que los *smartphones*, la web 2.0 junto y las redes sociales han jugado un papel muy importante.

La sociedad a día de hoy nos obliga a capturar todo momento que vivimos, para que quede en la prosperidad en nuestros perfiles de las cuentas de redes sociales, por ello, también se abarcó el tema en el segundo capítulo de este trabajo, donde los usos sociales de la fotografía se han visto transformados por completo. La ansiedad de

fotografiar nuestro alrededor, me llevó a plantear que la imagen se había convertido en un nuevo medio de comunicación principal, no como secundario de otro medio. La gente comienza a expresar lo que siente a través de sus fotografías en las redes sociales, sin necesidad de muchas palabras, es decir, las imágenes hablan por sí solas. Para finalizar el capítulo 2 de este trabajo, se decidió abordar el tema de la estética en la imagen, una realidad tan espeluznante que llega a plantearse a los jóvenes a convencerse de que si no son como en las imágenes que ven, no son totalmente bellos, un tema que sigue durante todo el proyecto.

En el tercer capítulo se indaga sobre la aplicación Instagram, un fenómeno que ha llegado demasiado lejos entre los más jóvenes. Los usuarios de esta app, llegan a tener obsesión por publicar a todo momento lo que está ocurriendo en ese instante de sus vidas, queriendo obtener suficientes “me gusta” para aumentar su autoestima diariamente. Y para ello, no dudan ni un instante en manipular la realidad y crear una vida idealizada por ellos mismos, una identidad distinta para cada momento, siempre muestran algo que no son, simplemente lo que dicen ser. Pero la investigación sobre esta aplicación va más allá en el trabajo de campo, en el que se ha examinado algunos perfiles de *instagramers* o *influencers* en el que la manipulación de las fotografías publicadas ha llegado a unos límites extremos, y se muestra la realidad detrás de esa enfermedad por la estética en las redes sociales, obteniendo así el resultado esperado, sabiendo que la estética impuesta por la sociedad en la actualidad, ha ganado por completo a la naturalidad, a la propia realidad. Para concluir el trabajo de campo, se ha realizado un Focus Group con 10 usuarios de la aplicación, donde se han obtenido opiniones muy interesantes sobre el tema.

METHODOLOGY:

To achieve the objectives of the study successfully, I have used different sources of information. The investigation of the subject has been based on the search of information online or in books by authors that make references related to the issue in some of its sections. In other words, it draws from the theory of the hypothetic-deductive model which uses a primary or a secondary source to establish basic concepts to be able to do a practice analysis of the matter. Most of the data studied have been extracted from the web, reports, previous end-of-degree project from different international universities or e-books by professionals in the subject of photography, social network and identity, all of them mentioned in the bibliography at the end of the paper.

In order to achieve a right analysis of the subject, the first chapter addresses the first indications from previous years about photographic manipulation in pictures from that time, long before the photo retouching program, Photoshop, existed. So, once the beginning of the image retouching was established, it continued by comparing it to nowadays, a digital era where Smartphones technology and web 2.0 have play an important role all together with social networks and Photoshop.

Today, society compels us to capture every moment that we live, so that it remains afterwards in our personal profiles in our social networks accounts, therefore, it is also covered in the second chapter of this paper, where social uses of photography have been completely changed. The anxiety caused by taking pictures of everything around us has led me to the thought that image has become a new main means of communication, not as a secondary of another means. People begin to express what they feel through their pictures on social networks, without having to use many words, which means that pictures speak for themselves. To conclude chapter two, the matter of aesthetics in the image is addressed, since this reality is frightening due to the fact that young people are obsessed to look like people they see in some other pictures, because otherwise they are not beautiful, issue developed along the paper. The third chapter explores the Instagram app, a phenomenon that has gone too far among the youngest. The users of this app become obsessed with uploading everything it is going on in their lives immediately, longing to get enough “likes” to make them feel better about themselves daily.

And for this purpose, they do not hesitate for a moment to manipulate reality and create life idealized by them, a different identity for each moment, always showing something they are not, simply what they claim to be. However, the research on this app goes further in the field work, where some instagramers and influences’ profiles are examined to see how the manipulation of published pictures has reached extreme limits and shows the reality behind this disease caused by aesthetics in social networks. Once the expected results were obtained, it is clear that the aesthetics imposed by society nowadays has completely won the naturalness, reality itself. To conclude with the field work, a Focus Group has been made with ten users of the app, where they have given very interesting opinions on the subject.

2. MARCO TEÓRICO.

A. LA HISTORIA DE LA MANIPULACIÓN EN LA IMAGEN:

a.1 La era analógica; antes del Photoshop.

El concepto de manipulación fotográfica está muy presente hoy en día ya que es casi imposible no encontrar una imagen que no haya sido retocada o manipulada, sobre todo si van a ser expuestas al público. Se entiende por manipulación todo retoque o alteración de la fotografía original tomada por la cámara. No sólo los retoques con programas se entienden como manipulación, si no el hecho de componer un encuadre, transformar una en el momento en el que la foto es captada puede afectar al significado de la fotografía, incluso al uso que pueda darle otro usuario.

La manipulación en la fotografía se remonta años atrás. El rol que desempeñaba el fotógrafo se ha perdido en una sociedad donde la tecnología, las pantallas y las redes sociales son el nuevo testigo de los dilemas humanos. El auge del mundo digital no fue un cambio del por qué se manipulaban las fotografías, lo único que dio un salto fue el cómo hacerlo. La manipulación fotográfica es un hecho tan antiguo como la propia fotografía. Los fotógrafos y artistas comenzaron a probar nuevas técnicas y a realizar retoques frecuentemente para romper la monotonía y la realidad.

Antiguamente, retocar una fotografía conllevaba marcar las zonas donde se iban a hacer cambios y revelar todas las veces necesarias la imagen hasta obtener el resultado deseado, ya que el proceso podía durar horas o días. Igual que ahora, quitaban arrugas, adelgazaban a las modelos, adjuntaban o sustraían personas, elementos... Realizaban montajes artísticos con el fin de asombrar, impresionar, ocultar o entretener, incluso por amor al arte. El blanco y negro estaba presente en las fotografías, de hecho, eran los únicos colores con los que se podía trabajar y esto despertaba cierta inquietud en la gente, por lo que, los fotógrafos decidieron comenzar a trabajar para encontrar un remedio. Comenzaron a aplicar óleos sobre las imágenes para lograr mayor veracidad.

Cuando la fotografía fue introducida en 1839, sus admiradores se preguntaron cómo un medio que podría presentar las formas y las texturas con un detalle tan exquisito podía dejar de registrar el siempre presente elemento de color. Deseosos de complacer a los

clientes potenciales, los fotógrafos recurrieron a la intervención manual, dando vida a sus fotos con pigmento en polvo, acuarela y pintura al óleo (The Metropolitan Museum of Art, 2011) (cómo se citó en Gómez, 2013, p. 12)

El método más antiguo de todos y el de menor coste, consistía en recortar varias fotografías con una cuchilla para obtener diversos elementos y partes de ellas para luego colocarlos todos formando una nueva composición. De este nuevo collage se revelaba una nueva fotografía, generando una nueva imagen original.

Otras técnicas consistían en múltiples exposiciones de un único negativo o generar una nueva fotografía original a través de varios negativos superpuestos. El fin era el mismo, mezclar dos o más imágenes en una sola. Los artistas más meticulosos trabajaban a través del pincel o el aerógrafo para poner la tinta directamente sobre el negativo, corrigiendo todo aquello que no desearan de la imagen.

El cuarto oscuro fotográfico también fue uno de los elementos que generó efectos interesantes, exponían más o menos luz en alguna parte de la fotografía y utilizaban elementos químicos por otras zonas. De este modo, recalcan algunas zonas o sombras, o mejoraban la luminosidad y el brillo. Los fotógrafos que se atrevían a realizar este tipo de obras, se consideraban auténticos artistas. Uno de los primeros que realizó este tipo de manipulación fue el fotógrafo Oscar Rejlander, que vivió toda su vida en la Inglaterra Victoriana, aunque era de origen sueco. En 1850, aprendió la técnica colodión, que trataba de producir una imagen en negativo en un soporte transparente, habitualmente en cristal. Fue mediante esta combinación de docenas de negativos cómo consiguió crear su montaje más famoso, titulado *"The two ways of life"* (Los dos caminos de la vida) en 1857.



Figura 1. The two ways of life, 1867. Fuente: Flickr.

Entre 1885 y 1915, el Pictorialismo capturó la imaginación del público. Los seguidores de este movimiento fotográfico creían que la buena fotografía tan sólo era aquella que había sido retocada, por lo que en aquella época se manipuló cada fotografía para lograr el efecto deseado. Un buen ejemplo de este movimiento es la fotografía de George Seeley, *"The black bowl"* (El llanto negro) de 1907 (izquierda). Otra de las grandes obras pictorialistas fue la obra *"Artículos eléctricos para el hogar"* de 1949 (derecha) por la autora Grete Stern, diseñadora y fotógrafa alemana.



Figura 2 y 3. The black bowl, 1907. Fuente: Wikiart. / Artículos eléctricos para el hogar, 1949. Fuente: AD México.



En la década de los años treinta, Man Ray, famoso artista estadounidense, creó su fotografía manipulada más famosa y copiada. Las mujeres siempre fueron uno de sus temas favoritos, de ahí su obra *"Le violon d'Ingres"* (El violín de Ingres), parodiando los retratos de las damas que hacía el pintor Jean-Auguste Ingres. Representó con el torso desnudo a la cantante de cabaret Kiki de Montparnasse, figurando un instrumento musical en su espalda.

Figura 4. Le violon d'Ingres. Fuente: Museo Reina Sofía web.

Muchos fotógrafos han manipulado sus obras a lo largo de los años, pero sin duda, los retoques fotográficos en el fotoperiodismo son uno de los ejemplos más importantes de la historia. No sólo se manipulaba la imagen, sino que con ella, se manipulaba la información que esa fotografía transmitía. Hablamos de los fotomontajes que hicieron

famosos las Vanguardias, los retoques realizados en la Alemania de Hitler, en la España de Franco, o los extremos a los que se llevó la imagen en la Unión Soviética. Se tomaban las imágenes y se retocaron en función de las intenciones políticas de cada partido. La fotografía se convirtió en un arma muy poderosa de persuasión, expresión y un importantísimo medio de comunicación y de ideologías. Eran capaces de crear momentos y hechos falsos que podrían perdurar décadas si los retoques no eran descubiertos.

En el “fotoestalinismo” se muestra cómo Stalin no se contentó con ejecutar a sus enemigos políticos, sino que borraba su rastro de las fotografías para glorificar su figura y ensombrecer la de los otros. El State Museum of GULAG History de Moscú, realizó en 2012 la muestra *“El comisario desaparece”*, en la que se reúnen 150 imágenes manipuladas de la época de Stalin, donde se aseguran de que sus enemigos, morían dos veces.

El retocado de fotos se convirtió en una auténtica industria, en la que tanto se borraban arrugas y el ceño fruncido del rostro de Stalin, como los papeles tirados en el empedrado por el que caminaban los dirigentes, como compañeros de Lenin de la lucha clandestina contra los zares con los que acabó enemistándose. Continuamente de los museos soviéticos se retiraban por motivos políticos fotografías, que eran tratadas con escalpelo y pulverizadores de tinta, tras lo que retornaban ya retocadas, de forma que sólo los más avanzados notaban los cambios y las ausencias. (Ortega, 2012, párr. 15)



La obra más famosa manipulada fotográficamente en la historia es el famoso discurso de mayo de 1920, pronunciado por Lenin, dirigiéndose al pueblo en un estrado de madera, y a su lado, Trotsky y Kámenev. Cuando ambos cayeron, Stalin mandó retirarlos de la fotografía sin dejar ni rastro.

Figura 5. Discurso de mayo 1920. Fuente: Público



Otra de las fotografías que truncan la historia política de Stalin, en la cual se eliminó a un comisario de su lado cuando todo se vino abajo.

Figura 6. El comisario desaparece. Fuente: Paperblog

Del 11 de octubre del 2012 al 27 de enero del 2013, se sumó la obra *“Faking it. Manipulated Photography Before Photoshop”* que reunió más de 200 fotografías retocadas que embarcan la historia desde 1840 hasta 1990.

“Las fotografías de la muestra fueron alteradas usando una gran variedad de técnicas, desde la exposición múltiple, hasta la combinación en el revelado, el fotomontaje, la pintura de negativos...” (Kozlakowski, 2012, párr. 3) (cómo se cita en Sáiz, 2012)

En esta exposición, no sólo se podía apreciar la manipulación que sufrían las fotografías históricas, sino que abarcaron grandes ámbitos y géneros fotográficos, como el artístico o el publicitario. Como la famosa portada de Erwin Blumenfeld para Vogue en 1950 o el retrato que Richard Avedon realizó a Audrey Hepburn en 1957. Hombres haciendo malabares, situaciones imposibles para aquella época, formas abstractas... estas fotografías son algunos ejemplos de que la manipulación, no sólo proviene desde la era del *Photoshop*, sino que la encontramos tiempos atrás con otros métodos, pero igual de profesionales y artísticos, e incluso para el mismo fin que en la actualidad.



Figura 7. Portada de Vogue, 1950. Fuente: SrtaJara.com // **Figura 8.** Hombre en una azotea, con once hombres en formación sobre sus hombros, 1930. Fuente: Cultura Inquieta
Figura 9. Hombre haciendo malabares con su propia cabeza, 1880. Fuente: Cultura inquieta // **Figura 10.** Una potente colisión, 1910. Fuente: Cultura inquieta .

La manipulación fotográfica en la era de la fotografía analógica es el principio de investigación para este trabajo. Estas exposiciones mencionadas, muestran que la fotografía nunca es una captura objetiva de la realidad y la verdad, solo una ilusión de lo que nos quieren hacer ver, poniendo siempre en duda la fidelidad de la imagen. La manipulación fotográfica ha ido tomando terreno cronológicamente, teniendo su momento culminante entre 1930 y 1950, donde la sociedad comenzó a tomar consciencia de que los retoques eran usuales y abusivos. La fotografía dejó de ser el documento de verdad absoluta que todos utilizaban para el viejo dicho de ver para creer.

“Que las fotografías sean a menudo elogiadas por su veracidad, su honradez, indica que la mayor parte de las fotografías, desde luego, no son veraces” (Sontag, 1977, p. 90)

a.2. La era digital; ¡hola Photoshop.

Las nuevas técnicas de retoque fotográfico, tienen sus orígenes en 1920 cuando un cable submarino entre Londres y Nueva York era capaz de pasar imágenes digitales. Pero su verdadero apogeo es a partir de 1960, donde aparecieron nuevos dispositivos y *softwares*, como el *Photoshop*. El programa de retoque fotográfico comenzó a ver la luz en 1987 a manos de Thomas Knoll, un estudiante con el objetivo de mostrar las imágenes en escala de grises en pantallas monocromáticas. Junto a su hermano John Knoll, quién vió su potencial, fueron desarrollando nuevas versiones hasta conseguir que Apple y Adobe se interesaran en su proyecto y lo compraran en septiembre de 1988. *Photoshop* 1.0 fue lanzado en 1990 para Macintosh. La primera versión para Windows fue la 2.5 lanzada en 1992. A partir de ahí, cada año mejoran sus versiones y cada vez, se pueden realizar más atajos fotográficos y retoques imposibles.

En sus inicios quizás tenía la función de solucionar problemas menores de iluminación o color, entre otros, pero su rol original ha ido evolucionando hasta desencadenar el abuso de la manipulación en la fotografía que encontramos hoy en día. Esta actividad ha llegado a tal punto, que es tan importante, como el hecho de fotografiar, por lo cual hay profesionales que se dedican exclusivamente a manipular fotografías para publicidad, medios o diseño gráfico.

“Con la tecnología del *Digital Retouching* se podrá sintetizar y producir nuevas imágenes con la computadora y a nuestro gusto, de forma que resulte insospechable su falseamiento por su parecido con la verdad” (Blázquez, 2000, p.58) (cómo se cita en Gómez, 2013, p.80)

El uso del *Photoshop* puede generar diferentes impactos según en el ámbito que se utilice; social, comercial, profesional, académico... Pero lo que está claro es que su utilización en exceso, desvaloriza las imágenes fotografiadas originales. Hay numerosos programas de retoque fotográfico, pero el *Photoshop* lidera la industria creativa. Las posibilidades que brindan sus herramientas son infinitas, ofrece posibilidades incalculables, y además de forma sencilla y rápida. Sólo tienes que descargar el programa y ponerte manos a la obra.

En cambio, a pesar de todas las funciones integradas del programa, no reemplaza la labor de un fotógrafo profesional, ya que sin una buena fotografía original, poco se puede hacer con retoques. El contraste, el brillo, entre otros, se obtenían antes en el proceso de revelado de la imagen dependiendo del papel que se utilizara. Además se necesitaban diferentes filtros para poder imprimirlas, o la utilización del proceso de tapado, donde a mitad del revelado una parte de la imagen se exponía a la sombra. Hoy en día, cualquiera de estas acciones, llevan la mitad del tiempo que suponía anteriormente. Es suficiente con presionar un botón y nivelar los blancos y negros, el brillo o el contraste desde una barra hacia la izquierda o derecha, modificando así los niveles.

Manuel Morrison, en su blog de *Tutoriales, recursos y técnicas de diseño web y gráfico* (2012), explica que *Photoshop* a día de hoy es una herramienta tan potente y amplia que se ha convertido en un imprescindible para diseñadores gráficos, diseñadores web, ilustradores y dibujantes, fotógrafos, editores de vídeo, creadores en 3D... ya que cualquier trabajo digital pasa tarde o temprano en alguna de sus fases por Photoshop.

Existen muchos motivos para usar *Photoshop*, pero lo más importante es que si se le da un uso adecuado, nos puede facilitar el trabajo y crear auténticas maravillas. Pérez (2011), en su *Blog del Fotógrafo*, da algunas pistas sobre algunos de estos motivos. Photoshop ayuda a reparar fotografías que se han estropeado con el paso del tiempo, existe la posibilidad de recuperar aquellas fotografías analógicas más dañadas de épocas pasadas y recorrer la historia gracias a este programa. Se pueden eliminar objetos,

personas o zonas que no deseamos de la imagen. El programa, de alguna manera, da una segunda posibilidad a esas fotografías que irían directamente a la basura por una mala exposición o algún fallo a la hora de realizar la foto, ya que se pueden utilizar todos los medios posibles para conseguir la foto deseada desde el principio. El autor del blog, Mario Pérez, asegura que, “los antiguos fotógrafos, los pioneros, considerados hoy en día ejemplos a seguir en cuanto a pureza de la fotografía, si no han utilizado Photoshop es porque no lo había”.

Como dice Sontag en su libro *Sobre la fotografía* (2006), todo uso de la cámara implica una agresión. Y efectivamente, antes o después, se produce. Por lo tanto, se podría decir que esa agresión es justificada o no dependiendo del fin y el uso de la fotografía.

El *Photoshop* (...) fuera de toda duda, es el gran referente en lo que a retoque fotográfico se refiere. Y no solo por sus inmensas posibilidades: estamos, probablemente, ante el más potente software de edición de imágenes que existe (...) el programa utilizado por los grandes magos del retoque. (Rodríguez, 2011)

B. LA FOTOGRAFÍA EN LA ERA DIGITAL.

b.1. La transformación de los usos sociales de la fotografía.

Las redes sociales se han convertido en una herramienta fundamental de comunicación en la sociedad. Los jóvenes nacidos después de 1980, se conocen por Prensky (2001) como nativos digitales, ya que crecen inmersos en un entorno digital donde las TIC están a punto de hacer su revolución. Es a partir de los años noventa cuando los videojuegos, las cámaras fotográficas, los ordenadores y los CDs comienzan a formar parte de la vida cotidiana de los adolescentes. A partir de esta masificación de las nuevas tecnologías, la fotografía también se convierte en una actividad cotidiana para millones de personas.

Desde la invención de la fotografía en el siglo XIX, los usos de la misma se han ido transformando con el paso del tiempo, pero siempre han estado vinculados a las experiencias personales y al recordatorio de hechos significativos. Antes del siglo XX, la fotografía tenía el rol de memorar y recordar el pasado, la cultura, la historia; un artefacto usado para conjurar la memoria, nostalgia y contemplación (Diego Basile y Joaquín Linne, 2015)

“La actividad fotográfica es una práctica social que, durante el siglo XX, ha ayudado a crear y modular la memoria individual y colectiva” (Bourdieu, 1989) (cómo se cita en Diego Basile y Joaquín Linne, 2015, p. 19)

Al finalizar la Segunda Guerra Mundial, la empresa Kodak fue la que se encargó de la transformación de los usos sociales de la fotografía, ya que lanzó al mercado una cámara a la que podía tener acceso todo el mundo, no sólo los profesionales de la imagen, sino que, los principales destinatarios eran aficionados para darle un uso privado y familiar. A raíz de ello, se modificaron los usos de la imagen y surgieron nuevos estilos que provocaron una revolución y evolución de lo que se conocía como fotografía hasta finales del siglo XX.

Bourdieu (2003), en su obra *Un Arte Medio*: ensayo sobre los usos sociales de la fotografía, retracta lo siguiente:

[...] el hecho de tomar fotografías, de conservarlas o de mirarlas puede aportar satisfacciones en cinco campos: la protección contra el paso del tiempo, la comunicación con los demás y la expresión de sentimientos, la realización de uno mismo, el prestigio social, la distracción o la evasión. Más concretamente, la fotografía tendría como función ayudar a sobrellevar la angustia suscitada por el paso del tiempo, ya sea proporcionando un sustituto mágico de lo que éste se ha llevado, ya sea supliendo las fallas de la memoria y sirviendo de punto de apoyo a la evocación de recuerdos asociados. (p.52)

¿Siguen teniendo las fotografías todas esas satisfacciones? En mi opinión, ya no. La fotografía es efímera, no se aprecia con tanto valor porque hoy es muy fácil capturar un momento, una historia, una vida. Se realizan decenas de fotografías al día, ya sea con dispositivos móviles o con cámaras fotográficas por, y muchas de ellas no las volvemos a ver jamás, o con el paso del tiempo la acabamos borrando porque no son tan importantes, porque ocupa memoria en la tarjeta o simplemente, porque esa no salió bien, aquella no le gusta a la persona fotografiada y la otra no capta lo que quería mostrar. La instantaneidad de la fotografía acaba con la originalidad de la imagen clásica. Ya no se busca en la fotografía el capturar ese momento especial, sino mostrar tu rol social, incluso, muchas personas compran cámaras digitales sofisticadas para aumentar su poder adquisitivo, sin tan siquiera saber usarla correctamente; la práctica fotográfica se separa de la cámara como avance tecnológico en sí mismo.

La fotografía se consideraba un reflejo fiel a la realidad en sus principios, marcando una clara ruptura con la pintura, donde la imagen es objetiva mucho antes que subjetiva, diferenciándose con la pintura, siendo ésta más abstracta. Más tarde la fotografía fue enmarcada dentro de los hábitos de la sociedad, donde buscaban mostrar a través de la imagen algo específico, algo que llamara la atención. La era digital fue la encargada de poner un antes y un después en la fotografía y en la comunicación. La fotografía comienza a ser una proyección de la identidad de cada uno, y pública, a la vista de todos. Antiguamente en la fotografía se deseaba que se captase la realidad tal y como era, tú yo más propio, ahora podemos elegir quiénes somos a través de las imágenes.

La existencia social a partir de la imagen, traducida en la experiencia tecnológica de la fotografía manifiesta no solo los riesgos de la pérdida del referente histórico, el triunfo de la banalidad icónica y el vaciamiento de significado, sino también una posibilidad de recrear, desde la mediación cultural, nuevas expresiones a través de ella (Egas C, 2009, p. 37)

Las imágenes, se han masificado, Joan Fontcuberta (2016) asegura que nos hemos convertido en el “homus-fotografus” en un animal que se caracteriza por el hecho de crear de manera compulsiva imágenes. En su nuevo libro *La Furia de las Imágenes* (Galaxia Gutenberg, 2016) reflexiona cómo ha cambiado la imagen con la nueva era tecnológica. En una entrevista con *El Independiente*¹, periódico digital, reflexiona sobre ello y concluye que la fotografía, tal y como la conocíamos, ha muerto. Las fotos que se suben a diario a la red tienen cifras espeluznantes, Fontcuberta afirma que “si dedicásemos un solo segundo a mirar estas imágenes, necesitaríamos 50 años para ver las que se suben en un sólo día. Hacemos constantemente fotografías que nadie ve. Ni nosotros mismos. Nos ahogamos en las imágenes”. El fotógrafo lo llama Post-fotografía, la cual está marcada por el acceso y el exceso.

b.2. Internet, las redes sociales y los Smartphones. La ansiedad de capturar fotografías.

A mediados de la década de 1960 nació Internet, a raíz de un proyecto llamado ARPA.net que había sido propuesto por el Departamento de Defensa de Estados Unidos. En sus inicios se quería construir una red para intercambiar información y para la comunicación remota. Con el paso del tiempo, se intercambiaban mensajes, archivos y se controlaban ordenadores a distancia. En 1994 aumentó la demanda de ordenadores personales y por ello apareció la Web (World Wide Web), la red tal y como la conocemos en la actualidad. Es a partir de 1995 cuando Internet se convierte en el canal de ocio más importante para los mercados.

Las aplicaciones tienen su origen a finales de los años 90, cuando los teléfonos móviles tenían las funciones básicas (agenda, alarma, calendario...). Con la aparición del Iphone en el mercado surgieron las primeras aplicaciones en App Store, a lo que Android no tardó en unirse con Google Play.

Todo el mundo quiere estar presente en la era digital, ya que aporta notoriedad y surgen nuevas formas de conectarse con la sociedad, con personas que tienen tus mismos intereses e inquietudes. En la actualidad, según un estudio de demanda y uso de

¹ Disponible en: <http://www.elindependiente.com/economia/2017/01/27/la-fotografia-ha-muerto-viva-la-postfotografia/>

Servicios de Telecomunicaciones y Sociedad de la Información ², la conexión a Internet en los hogares españoles ya alcanza un 77,3%. El dispositivo más frecuente de acceso a la red es el *smartphone* (80,9%), y es que 7 de cada 10 personas de 15 o más años, poseen uno de estos dispositivos, donde las redes sociales muestran un peso significativo (62,7%) en la formas de comunicación de estos usuarios. En total, 36.374.231 personas (92,6%), es usuaria de un *smartphone*.

El uso de internet y las redes sociales es ya una práctica lúdica y cotidiana en la sociedad. Una red social tiene como objetivo construir perfiles públicos dentro de un sistema delimitado en el que se articulan una lista de usuarios, con los que comparten una conexión, y a su vez pueden ver y recorrer las que esos otros realizan (Boyd y Ellison, 2007). Los adolescentes basan esta práctica en la producción y publicación de contenidos de información y fotografía en las redes sociales para estimular su sociabilidad. Los *smartphones*, los portátiles y las tabletas han contribuido al uso masificado de internet y al comportamiento del consumidor. Estos aparatos de comunicación han unido los tres modos de expresión (oral, escrito y visual) en un único dispositivo, generando independencia electrónica y convirtiéndose en centros de comunicación e información.

En sus principios, el objetivo de las redes sociales fue conectar a las personas entre sí, para sentir cerca a aquellos que se tenían lejos. Ahora, las redes son capaces de conectar, interactuar, influir e integrar a la sociedad entre sí. Cuando se participa en una red social hay tres motivaciones que responden a las necesidades humanas primigenias: seguridad, alcance externo y poder (Colorado, 2014). Hoy, los Social Media son una extensión de nuestra propia personalidad, una realidad nueva donde podemos crear nuestro presente, y nuestro futuro. Las redes han dado la oportunidad de crear un cambio, compartir y abrir fronteras que jamás hubiésemos imaginado. Permiten la ampliación del círculo de amigos y la circulación de imágenes, por lo que la fotografía funciona como una moneda de cambio, acumulando así capital social. En ocasiones, llegan a generar una dependencia en los usuarios, ya que las personas con baja autoestima, ven en ellas una forma de expresar esas emociones que no son capaces de dirigir a la cara y obtienen un refuerzo social por parte de los demás usuarios de manera inmediata. Los medios sociales del siglo XXI son en realidad, una continuación de una cadena de comunicación

² Disponible en: <http://www.ontsi.red.es/ontsi/sites/ontsi/files/LIII%20Oleada%20Panel%20Hogares%20%283T%202016%29.pdf>

capaz de unificar a nuestra raza, por lo que su éxito deriva de la naturalidad de comunicarnos entre nosotros.

La apropiación de la fotografía digital en los jóvenes internautas, en su sociabilidad, se produce gracias a la masificación de las aplicaciones y las redes sociales que nacieron en los inicios del siglo XXI. El precio, el fácil manejo y la accesibilidad de las nuevas cámaras fotográficas digitales son un objeto de sociabilidad que se ha universalizado para los jóvenes con el que poder experimentar con su propia imagen, crear fotografías como auténticos profesionales y fijar su nueva identidad para producir y compartir imágenes en las redes sociales. La fotografía se convierte en una práctica social. Internet es el nuevo álbum de fotos, nuestra nueva identidad. “La identidad es la cultura internalizada en forma de conceptos, ideas e imágenes compartidas” (Moreduchowicz, 2012, p. 18).

Por consiguiente, también hubo cambios en la toma y circulación de las fotografías. Si echamos la vista atrás, recordamos que las fotografías para amigos o familiares eran impresas y organizadas en álbumes cronológicamente o por eventos para luego enseñarlas a las visitas o los más allegados con orgullo. Se tomaba la fotografía, se revelaba, se elaboraba un álbum y por último se compartían en las reuniones del hogar. Con la web 2.0, el orden se modifica. Ahora se toma la foto, se guarda en un dispositivo móvil o el ordenador, se edita (ya sea con *Photoshop* o con una aplicación del *smartphone*), se publica en la red social y definitivamente se comparte con tus contactos o tus seguidores.

De hecho, tan grande ha sido el avance tecnológico que ahora no es necesario conseguir una cámara digital, todos los *smartphones* ya tienen una integrada y cada vez más, las marcas de estos dispositivos se esfuerzan más en desarrollar y mejorar la calidad de la imagen y el funcionamiento. Además, se ha demostrado que la cámara más utilizada para realizar y compartir fotografías hoy en día a nivel mundial, es la de los teléfonos inteligentes. Lo que resulta irónico para algunos, como para Joan Fontcuberta, el que afirmó “me parece una estupidez” cuando en los años 90 Telefónica se puso en contacto con él para consultar si la integración de una cámara en el teléfono móvil tendría algún futuro. Seguramente, la mayoría de nosotros también hubiéramos ironizado con las herramientas y las posibilidades que nos ofrecen hoy en día los *smartphones*.

La era digital, el poseer una cámara propia y llevarla siempre con nosotros, ha generado una ansiedad de capturar, tanto para el fotógrafo como en el fotografiado, que se produce por la inmediatez de ver la imagen, y si no nos gusta, repetirla hasta que quede como esperábamos (o como queremos que salga para compartirla), ya que no existen límites. Se ha desvalorizado esa naturalidad de la imagen original, esa magia y misterio que antes se tenía al revelar las fotografías. Con la cámara de los *smartphones* se puede elegir cómo recordar ese momento que queremos capturar, cómo salir, qué ángulo tomar... por lo que se convierte en un escena ensayada, pensada meticulosamente para poder lucir perfectos. Para reafirmar esta idea, añado una cita de Sontag (1977):

“Recientemente la fotografía se ha transformado en una diversión casi tan difundida como el sexo y el baile, lo cual significa que la fotografía, como toda forma de arte masivo, no es practicada como arte por la mayoría. Es primordialmente un rito social, una defensa contra la ansiedad y un instrumento de poder”. (p. 22)

Pou (2013) afirma “esto está cambiando las bases de la fotografía, se hacen más fotos en dos minutos que las que se hicieron en todo el siglo XIX”. La posibilidad de hacer fotos de forma inmediata y de manera ilimitada hace que ya no tomemos fotografías únicamente de los momentos especiales, lo hacemos en cualquier momento o circunstancia. Y esto lo potencian con frecuencia las redes sociales, tenemos la necesidad de que todo el mundo vea qué estamos haciendo, dónde estamos y con quién. Lo importante es ser vistos en la red, que nuestros seguidores visiten nuestro perfil, intentar reflejar nuestra vida (muchas veces idealizada). “La unión de las redes sociales, producto de la Web 2.0, con la explosiva expansión de los Smartphones ha significado el cambio de paradigma más importante en la historia de la cultura de masas y la comunicación” (Colorado, 2014, s.p)

Pero, ¿por qué subimos fotos a una red social? Lo primero, es que se decide que se va a subir una foto a nuestro perfil de la red social, se hace un estudio minucioso de las imágenes que tenemos en nuestro almacenamiento y valoramos en cuál estamos más favorecidos, si no la encontramos, no hay problema, en ese instante preparamos la escena para capturar una fotografía. Es decir, esa elección no es arbitraria. Como ya he mencionado, en las redes sociales se crea una nueva identidad, un nuevo “yo”, un “yo” ideal, un “yo” que queremos presentar al mundo. La necesidad de subir fotografías a las redes sociales, es la necesidad de crear una identidad visual, y para ello es necesario poseer conexión a internet y un *smartphone* de última generación para sacar las mejores

fotografías e inmortalizar nuestro día a día. Aparte de todo ello, lo importante para los usuarios es sentirse reconocidos, arropados, animados por sus seguidores, llevarse buenas críticas sobre la fotografía que acaban de subir, porque ya no sólo se construye esa identidad virtual por parte de un individuo, sino que en la red se vuelve colectivo.

b.3. La fotografía en las redes sociales se ha convertido en un medio de comunicación.

La sociedad ha hecho de esta técnica, a la fotografía, un medio de comunicación de masas. No importa ni la calidad, ni el momento, ni el lugar, simplemente el hecho de producir, producir y volver a producir. La fotografía en sí misma, ya era un medio de comunicación cuando se incorporó a otros medios como la prensa, apoyando a los textos, o la televisión, y tuvo su auge como comunicadora junto al fotoperiodismo.

La técnica digital hace que cambiemos con nosotros mismos y con la sociedad. Al cambiar la forma de comunicarnos con el mundo, cambia el sentido de la fotografía y de los medios de comunicación. La comunicación hoy en día es rápida, por lo que la respuesta también debe de ser rápida y visual. “Esta comunicación aparece y se renueva cada vez más para volver a reproducir otra señal, y así sucesivamente; este proceso está claramente representado y acreditado a través de la imagen” (Renobell, 2005, p.6).

Internet no sólo ha ayudado a difundir y masificar los usos de la fotografía, sino que la ha convertido en un nuevo medio de comunicación. Juan Carlos González, en su ensayo titulado *La fotografía en las redes sociales* (s/f), se pregunta sobre las posibilidades que había antes de la existencia de Internet de que una fotografía fuera vista por millones de personas. En términos de audiencia, una red social tiene mayor público que cualquier otro medio convencional. González afirma que “las redes sociales nos permiten contextualizar mejor las fotografías en el espacio, el tiempo y también a los sujetos”. Se genera un doble discurso al publicar una fotografía en nuestro perfil: en primer lugar, la descripción que añadimos junto a la imagen, los *hashtags* o incluso nuestra ubicación, y en segundo lugar, el discurso que creen los demás usuarios al interactuar con nuestra fotografía, comentar o compartirla.

Lo que es asumido por todos, es que ha nacido una nueva forma de pensar, crear y expresarse visualmente, donde la cultura fotográfica actual da pie a nuevos medios de comunicación. La digitalización ha sido el desencadenante más relevante de esta nueva era comunicacional. Como dice Renobell (2005), hemos llegado a un hiperrealismo visual que nos hace más visibles y visualizables. En las redes sociales, cada individuo se convierte en su propio comunicador, es decir, cada uno comunica su historia, su identidad, su fotografía, lo que quiere compartir con los demás. El proceso de comunicación, crear y compartir, es individual; hacer la fotografía, elegir la que más guste, subirla al perfil y darla a conocer. Somos nuestros propios comunicadores. En la siguiente cita, se expresa cómo la fotografía ha sido un medio de comunicación desde sus principios:

Freund explica en su libro *La fotografía como documento social* “Desde su nacimiento la fotografía forma parte de la vida cotidiana [...] Es típico medio de expresión de una sociedad” (2006, p. 8). Es por ello que la fotografía de por sí es un medio de comunicación, la misma se origina desde la toma realizada por una persona, ésta proviene de una sociedad, y es así como la imagen representa un mensaje: aquello que el fotógrafo captó desde su punto de vista, y quiere mostrar. (Nuñez, 2013, p. 39)

b.4. La estética manda sobre la realidad.

“La función de la fotografía no consiste en ofrecer placer estético sino en proporcionar verdades visuales sobre el mundo” (Fontcuberta, 2009, p.12) (cómo se cita en Gómez, 2013, p.60). Esta cita de Fontcuberta da en qué pensar, puesto que como ya se ha dicho en otros capítulos, la verdad ya no está asociada con la fotografía en la era digital. Aunque no siempre se manipula con intención de engañar, sí que es verdad que en la mayoría de las ocasiones, no se le puede atribuir el término de “manipulación”, sino más bien “corrección” de defectos técnicos o para ocultar el rostro de menores, testigos o simplemente, por derechos de imagen.

Como bien dice Croy (s/f) “puede evitarse, o por lo menos reducirse, la necesidad del retoque, eligiendo bien la película correcta y el equipo necesarios antes de tomar las fotografías. A veces, es preciso tomar las precauciones debidas para compensar las sabidas limitaciones de algún tipo de emulsión” (p. 15) (cómo se cita en Ojeda Lucía, 2015). Pero, la (triste) realidad es que mucha gente no concibe una buena fotografía sin ser antes manipulada. Susan Sontag (1977) cree que la necesidad de confirmar la

realidad y dilatar la experiencia mediante fotografías es un consumismo estético al que todos son adictos.

Y tiene razón. La estética de nuestras fotografías está muy por encima de la realidad. Es preferente mostrar la belleza que nuestro verdadero “yo”. La sociedad nos ha impuesto que mantenerse joven y bello es lo correcto, lo aceptado por los demás, aunque eso signifique tener que echar mano de la manipulación en nuestras fotografías, generando un nuevo código de perfección donde lo que no es retocado, es repulsivo. Tal y como refleja Anabel Gómez (2013) en su trabajo *La manipulación fotográfica en el fotoperiodismo*, al pensar más estéticamente que éticamente, se quiebra la veracidad de la fotografía.

Pero, ¿qué se considera bello o no bello? Cada individuo percibe las imágenes de una forma distinta, por lo que no todos los puntos de vista son iguales. Entonces, la estética no debería ser una excusa para manipular la fotografía, ya que algunos la percibirán como errónea a pesar de los retoques.

Arreglar arrugas, quitar kilos, alisar la piel... dejar un cuerpo perfecto en las fotografías es la obsesión para poder subirlas a las redes sociales. Pero en algunos casos, esto ha llegado a un extremo incontrolable. En países como Gran Bretaña o Francia se buscan límites legales para frenar el retoque digital de las imágenes, así lo afirma un artículo escrito por la revista digital Orange Star Media en un artículo llamado *El Photoshop podría influir negativamente en los adolescentes*. Al parecer, las jóvenes toman esta manipulación como un mensaje erróneo, se sienten inferiores que las chicas o chicos que aparecen en las redes. Les lleva a trastornos alimenticios como la bulimia o la anorexia por querer poseer la belleza ideal.

En anuncios publicitarios de la vía pública en Buenos Aires, se aplicó una ley donde era obligatorio informar al ciudadano si el contenido de la imagen que está viendo ha sido manipulado o no. Fue derogada más tarde por el Art. 36 de la Ley N°4.827. La ley decía así:

Artículo 1°.- Toda publicidad estática difundida en vía pública, en la cual intervenga una figura humana utilizada como soporte o formando parte del contexto o paisaje que haya sido retocada y/o modificada digitalmente mediante programas informáticos, debe exhibir con tipografía y en lugar suficientemente

destacado la siguiente leyenda: “la imagen de la figura humana ha sido retocada y/o modificada digitalmente”. (Ley N° 3960 - Personas en publicidad, Ciudad Autónoma de Buenos Aires, 2011)³

No es un problema que afecte únicamente a la publicidad. Sí, en un principio vemos los cuerpos perfectos en anuncios de televisión, vayas o revistas, pero a raíz de ahí, las redes sociales se infectan de bloggers, modelos o *instagramers* e *influencers* que lucen una silueta perfecta, por lo que se toma como referencia de belleza algo que no es real. ¿Se debería de advertir también en las redes sociales? La respuesta a esta pregunta está muy lejos de alcanzarse, porque la mayoría de aplicaciones ya poseen filtros propios para crear este canon de belleza; la mayoría de las fotos tendrían esta frase debajo y se dejaría de impresionar a los seguidores del perfil. Los jóvenes han tomado el estilo de vida *fitness* para poder acercarse a ellos, entrenan sin parar, suben sus fotos haciendo ejercicio, y muchas veces recaen en problemas de salud por intentar llevar al límite su cuerpo. La marca estadounidense de lencería Aerie ha lanzado una campaña con modelos reales, sin manipulación fotográfica con el mensaje: “Es hora de ser realistas. Es hora de pensar en la realidad. Nada de supermodelos. Nada de retoques. Porque... tu cuerpo real es sexy”.

Pero esto, como ya he mencionado, lo ha impuesto la sociedad con el avance de las tecnologías y los extremos de los retoques fotográficos en las nuevas redes sociales como Instagram, facilitando el uso de la manipulación de la imagen con herramientas muy sencillas de utilizar a coste 0 para ser aceptado por los demás y subir nuestra autoestima. “Las transiciones estéticas contemporáneas pueden analizarse a partir de la aparición de los símbolos que las sociedades crean y difunden por medio de las tecnologías de información y comunicación” (Bernal, p.55 2003)

³ Disponible en: <http://www2.cedom.gob.ar/es/legislacion/normas/leyes/ley3960.html>

C. LA MANIPULACIÓN FOTOGRÁFICA EN INSTAGRAM

c.1 ¿Qué es Instagram?

El 4 de febrero de 2004 fue una fecha que cambió el panorama de las redes sociales tal y como se conocían, fue el momento del nacimiento de Facebook por Mark Zuckerberg, la considerada madre de las redes sociales. A día de hoy, esta plataforma cuenta con 1.871 millones de usuarios en todo el mundo según el informe *Digital In⁴ 2017* elaborado por We Are Social 2017 en colaboración con *Hootsuite* sobre estadísticas, análisis y tendencias digitales. La segunda y tercera plataforma más utilizada mundialmente son Messenger y Whatsapp, propiedad de Facebook. Twitter, por su parte, fue creada en 2006 y actualmente cuenta con 317 millones, que generan una media de 5.700 tweets por segundo.

Sin embargo, Instagram es diferente a todas ellas, aunque ocupa el octavo lugar en el ranking con 600 millones de usuarios, es una aplicación exclusiva para *smartphones* que fue creada en 2010 por Kevin Systrom y Mike Krieger para compartir fotografías únicamente. Esta plataforma permite capturar fotografías desde la propia aplicación y subirlas inmediatamente, o bien elegir una imagen de la galería para retocarla con una serie de filtros específicos. Lo que está claro es que Instagram marca la diferencia respecto a las demás redes sociales, de hecho, es la que más está creciendo y muchas empresas y marcas utilizan esta plataforma de forma más usual que las otras para potenciar campañas de marketing.

Asimismo, Instagram es la red favorita de los jóvenes, que son los que más usan la plataforma para compartir imágenes, por encima de otras redes sociales. Este indicador también ha sido clave para el giro de los acontecimientos respecto a la publicidad en Instagram, ya que los jóvenes son los consumidores del futuro, se apuesta por las aplicaciones en la que éstos están presentes. (LIROLA, Candela; MARTÍN, Raquel; MARTÍN, Elena, 2015, p.17).

La conductividad social es semejante a la de Twitter, es decir, te permite seguir a un número ilimitado de usuarios y modificando tus preferencias de cuenta y privacidad, puedes elegir quien puede seguirte y quien no mediante una aprobación, del mismo modo que ver tus fotografías publicadas. En sus principios sólo permitía subir fotografías y ser

⁴ Disponible en: <https://www.slideshare.net/wearesocialsg/digital-in-2017-global-overview>

retocadas con diferentes efectos, pero su evolución ha llegado a límites insospechados. Un año después de su lanzamiento, permitía realizar búsquedas de fotos mediante *hashtags*, es decir, sobre un tema o interés concreto añadiendo “#” delante de la palabra. Con ellos, llegaron los “me gusta”, de esta forma, podías interactuar con los demás usuarios mostrándoles tu interés por la fotografía que subían. En 2012, Facebook compró Instagram por 1.000 millones de dólares, pero supo mantener su esencia e incluso añadió nuevas opciones que fueron bienvenidas por los usuarios, como la posibilidad de etiquetar a las personas que aparecen en la foto, enviar fotos de manera privada e incluso subir vídeos.

En la actualidad Instagram ofrece multitudes de posibilidades y herramientas. Puedes realizar una fotografía directamente de la aplicación, o por el contrario, escoger una imagen de la galería, la seleccionas, ajustas el tamaño (antes era de 1:1, formato cuadrado, pero ahora puedes modificarlo) y ¡ya está!, ya puedes compartirla con los seguidores. Ofrece una gran variedad de filtros fotográficos para aplicar a tus creaciones, aunque también existe la posibilidad de retocar la imagen a través de herramientas básicas como el brillo, el contraste, la saturación, el color... etc. Además, ahora puedes subir varias fotos en una misma publicación o crear un mosaico, todo directamente desde la aplicación y los demás usuarios valorarán tu fotografía a través de “me gusta” o comentarios. Instagram ha incluido, como la mayoría de las apps, las “historias” que desaparecen a las 24 horas; puedes subir una foto para que la vean todos tus seguidores pero desaparecerá transcurrido el tiempo determinado, a través de ellas, también puedes contactar directamente con los demás usuarios por mensajes, ¿lo tiene todo verdad?. Por si faltara poco, puedes añadir a tus fotografías subidas al perfil tu geolocalización, para que todos sepan dónde estás y con quién, ya que es popular etiquetar a tus amigos que aparecen en ellas. En definitiva, no es simplemente una aplicación para fotografías, sino para experiencias. Puedes compartir y mostrar a todos tus amigos las vivencias más espectaculares que vives en tu día a día.

c.2. El contexto social y los usuarios como clave de éxito.

Hoy en día, vivimos en una sociedad donde todo lo que haces ha de ser inmortalizado en una imagen, ya que si no lo capturas, no existe (Sontag, 1977). La era de la hipervisualidad significa que la imagen tiene más peso que el texto y que la propia realidad. Somos todo aquello que retratamos en nuestra rutina, se supone que somos

aquello que compartimos con los demás en nuestro perfil de la red social, donde tenemos una infinidad de formas de expresión.

“Hoy tomar una foto ya no implica tanto un registro de un acontecimiento como una parte sustancial del mismo acontecimiento. Acontecimiento y registro fotográfico se funden.” (Fontcuberta, 2010, p.28) (como se cita en LIROLA, Candela; MARTÍN, Raquel; MARTÍN, Elena, 2015, p.17). Hoy ya no es raro ir caminando por la calle y ver a alguien haciendo una foto con su móvil. Apretar un botón, añadir un filtro, subirla al perfil y listo, tu fotografía ya puede dar la vuelta al mundo gracias a Instagram.

Ahora que la fotografía está al alcance de todos gracias a la evolución de las cámaras fotográficas de los *smartphones*, ha aumentado la posibilidad de crear contenido multimedia y compartirlo en las redes sociales. Instagram, al ser una aplicación gratuita, hace que la gran mayoría de la población tenga acceso a ella sin restricciones. Además, tampoco es necesario grandes conocimientos de la tecnología para poder usar Instagram, su interfaz es muy sencillo. Son los propios usuarios los que han ido definiendo desde su aparición cómo ha ido evolucionando, cómo y por qué se utiliza.

Hu, Manikonda y Kambhampati realizaron un estudio en 2014 llamado *What We Instagram: A First Analysis of Instagram Photo Content and User Types*⁵ donde identificaban ocho categorías de fotos más populares según las compartidas en sus perfiles. Las fotografías las clasifican de esta manera:

AMIGOS	ACTIVIDADES	FOTOS SUBTITULADAS (imágenes con texto incrustado)	COMIDAS
APARATOS (motos, herramientas, coches...)	MODA	ANIMALES DOMÉSTICOS	AUTORRETRAROS O SELFIES

Figura 11. Clasificación fotos Instagram. Fuente: propia.

Con esto dieron con el resultado de que los usuarios de Instagram, utilizaban esta plataforma para la auto-promoción y para socializarse con los demás usuarios o sus amigos. Pero el estudio “*Consumer production in social media networks*” (Zachary

⁵ Disponible en: <https://www.aaai.org/ocs/index.php/ICWSM/ICWSM14/paper/view/8118/8087>

McCune, 2011)⁶ va más allá y analiza las motivaciones que tienen los usuarios para compartir su contenido multimedia personal en Instagram.

COMPARTIR	Deseo de intercambiar imágenes con otros usuarios. Es un término esencial en Instagram, ya que se definen como una forma rápida, genial y divertida de compartir tu vida con amigos y familiares.
DOCUMENTAR	Es el deseo de capturar en todo momento las experiencias que viven los usuarios para conservarlas en el futuro. Utilizar la fotografía para grabar tu vida en imágenes.
VER	Instagram permite ver a través de los ojos de los demás usuarios y poder intercambiar visiones entre ellos. Ver qué hacen los demás en su día a día.
COMUNIDAD	Satisfacción que se produce cuando los demás usuarios te dan feedback instantáneo como fuente de inspiración y apoyo.
CREATIVIDAD	Instagram como un espacio de arte.
TERAPIA	Compartir imágenes es una forma de liberar el estrés y produce bienestar.

Figura 12. Motivaciones de los usuarios de Instagram para subir fotografías. Fuente: propia

Pero la realidad es que muchas veces lo que se busca al publicar en las redes, es provocar una reacción en los demás, sea cual sea, que vean con quien estamos saliendo, a qué viaje nos hemos ido, donde hemos comido, que sientan envidia o alabo por la nueva fotografía y nuestra experiencia. Al compartir estas vivencias en las redes sociales, se recibe un *feedback* con el que los usuarios se sienten fortalecidos. Quizás para un usuario es muy importante recibir “me gusta” o comentarios de sus seguidores, ya que el autoestima le incrementa en el acto, y relaciona su estado de felicidad o depresión con las interacciones que ha tenido en la última publicación. Los usuarios suelen estar pendientes de cuántos *likes* obtiene la nueva foto y por supuesto, quienes son los que han echo doble click en ella.

Hoy en día tener una buena presencia en las redes sociales es muy importante, la reputación online te persigue allá donde vayas, ya sea en una entrevista de trabajo o en una fiesta el sábado por la noche, ya todo el mundo puede saber quién eres y cómo eres según tu identidad en la red. Es igual de necesario preocuparse por “estar ahí” y por

⁶ Disponible en: http://thames2thayer.com/blog/wp-content/uploads/2011/06/McCune_Instagram_Dissertation_Draft.pdf

“cómo estamos ahí”, por ello cada vez se cuida mucho más todo aquello que se sube al perfil y se es más cauteloso con la estética o la apariencia de la imagen, ya que “en el siglo XXI la fotografía es la joya de la corona de cualquier plataforma” (Colorado, 2014, s.o).

Si es cierto que hoy en día en las redes sociales existe menos pudor que antaño. Se suben fotografías indiscretas, en bikini, ropa interior, en una situación comprometida con la pareja, incluso están de moda los *nudes*, algo impensable hace unos cuantos años. Se confiesan secretos, lo que se siente, lo que se piensa, y la mayoría de las veces, a través de una foto en Instagram, permitiendo a los usuarios que hablen de sí mismos sin ningún tabú. ¿Será por el hecho de que al retocar las fotografías los usuarios se creen más sexys y con más autoestima? ¿Porque ahora la forma de ligar se encuentra en las redes sociales? ¿Porque quieres conseguir aceptación por los demás? ¿Porque a la mayoría de nuestros seguidores no los conocemos? ¿O porque los perfiles con más seguidores lo hacen?

En mi opinión la respuesta está en una mezcla de todas las cuestiones, pero los llamados *influencers*, son los que marcan la diferencia, sin duda. Los *influencers* se pueden definir como aquellas personas que tienen mucha presencia y credibilidad en la red, con un número importante de seguidores y teniendo una gran influencia sobre sus contactos llegando a convertirse en grandes ídolos o modelos a seguir. Hoy en día, gracias a las web 2.0 cualquier persona que pueda acceder a un dispositivo y a un perfil en una red social puede llegar a convertirse en un *influencer* mundial, pero no todos llegan a serlo, hay que saber llegar a los consumidores y transmitir autenticidad, realizar acciones que tengan un significado.

Lo que se ve en Instagram no es la realidad sino una versión mejorada de la misma o incluso una puesta en escena de lo que nos gustaría que fuese nuestra vida y por tanto lo que queremos mostrar al mundo. Instagram es por tanto una fórmula para adentrarse en un universo aspiracional, más que real, y lo que publican los famosos y los *influencers* en esa red social no está muy lejos de esta situación. Ellos también escogen el ángulo y el espacio y también aplican filtros y hacen mejoras. (Puro Marketing, 2015)

Hoy en día los *influencers* son jóvenes a los que las marcas les pagan por promocionar sus productos. Al tener un número elevado de seguidores, que confían en sus recomendaciones y discursos, el consumo se eleva a cifras inesperadas (aunque muchas veces, por tener más seguidores, eres el que más impacta en la red). “Instagram, con más de 700 millones de usuarios en todo el mundo, ha pasado de ser una mera red de fotografía a ser una gran escaparate para el deseo comercial” (Sánchez, ABC - 2017)

Lo que ha dejado claro esta aplicación es que ya sea por a por b, el *instagramer* se enfrenta a un cambio que señala un movimiento hacia un modelo más participativo de cultura, donde la sociedad ya no es un mero consumidor, sino que participa de forma activa con los contenidos de tal manera que nunca antes se hubiera imaginado.

c.3. La obsesión por la manipulación.

A pesar de lo que mucha gente cree, la manipulación fotográfica no llegó con el *Photoshop*, realmente no es necesario disponer de costosos dispositivos o programas de edición, sino que para lograr una imagen se muestre a su espectador como una realidad total o parcialmente distinta a lo que ocurrió en ese preciso momento, tan solo es necesario el instante previo a pulsar el obturador de la cámara, es decir, es el usuario el que decide qué incluir y qué no, y de qué modo hacerlo. El plano, el punto de vista o el encuadre pueden causar una gran diferencia entre lo que se quiere mostrar y lo que de verdad ocurre. (Ventura, 2016, p.4). L

La Real Academia Española define manipular como “*Intervenir con medios hábiles, y a veces, arteros, en la política, en el mercado, en la información, etc., con distorsión de la verdad o la justicia, y al servicio de intereses particulares*” (Lengua, 2001). Por lo tanto, cuando mostramos una imagen manipulada en Instagram, se supone que no estamos engañando, sino distorsionando la realidad bajo nuestros propios intereses, que suelen ser la aceptación de los demás usuarios y conseguir interacciones con los demás como comentarios o “me gusta”. Aunque retocando nuestras imágenes, provocamos que el otro usuario que observa la fotografía cree su propia historia de lo que ve, ya sea la realidad o un contexto totalmente distinto.

El concepto de Instagram es sencillo: se realiza una imagen, se retoca y se comparte en tu perfil. Instagram procede *Insta* (instantáneo) y *gram* (telegrama) por la rapidez con la

que es posible manejar esta aplicación, aunque muchos usuarios parece que dejan a un lado esta instantaneidad para dedicar tiempo a embellecer sus fotografías, es decir, para un gran número de *instagramers* es muy importante la estética en sus fotografías y en la composición que forman éstas en su perfil. Por ello, muchos de ellos no se conforman con los filtros ofrecidos por la aplicación, sino que toman imágenes con cámaras profesionales para luego retocarlas y poder compartirlas con sus seguidores.

Se denota la presencia de usuarios avanzados que conscientemente retocan las imágenes capturadas antes de compartirlas. Este proceso abarca desde la suma de marcos, textos y nuevos filtros, hasta el retoque de luz, color, contraste o la creación de collages, empleando siempre varias aplicaciones para confeccionar complejas composiciones visuales. (LIROLA, Candela; MARTÍN, Raquel; MARTÍN, Elena, 2015, p.38)

Hay que ser muy cuidadoso al subir una foto a Instagram. Muchos de los usuarios en lugar de invertir el tiempo en el retoque final (que también), lo hacen momentos previos a la captura de la fotografía, es decir, preparaban la escena cuidando todos los detalles, la postura o los objetos de alrededor.

Ahora incluso se cuida la estética del conjunto de fotografías subidas, es decir, la estética del perfil de tu usuario. De este modo, todas las imágenes subidas y compartidas, poseen características similares para crear armonía al perfil. Por ejemplo, la cuenta de Giovanna Bravar (@gio_bravar), una *instagramer* del momento, ha aplicado esta técnica estética para su perfil, destacando el color azul y una tonalidad fría.

Este fenómeno ha desencadenado que la instantaneidad sea ya, irrelevante o secundario a la hora de subir fotografías, importa más el portfolio que puedas crear a través de la estética o los seguidores y valoraciones que puedes conseguir con ello.

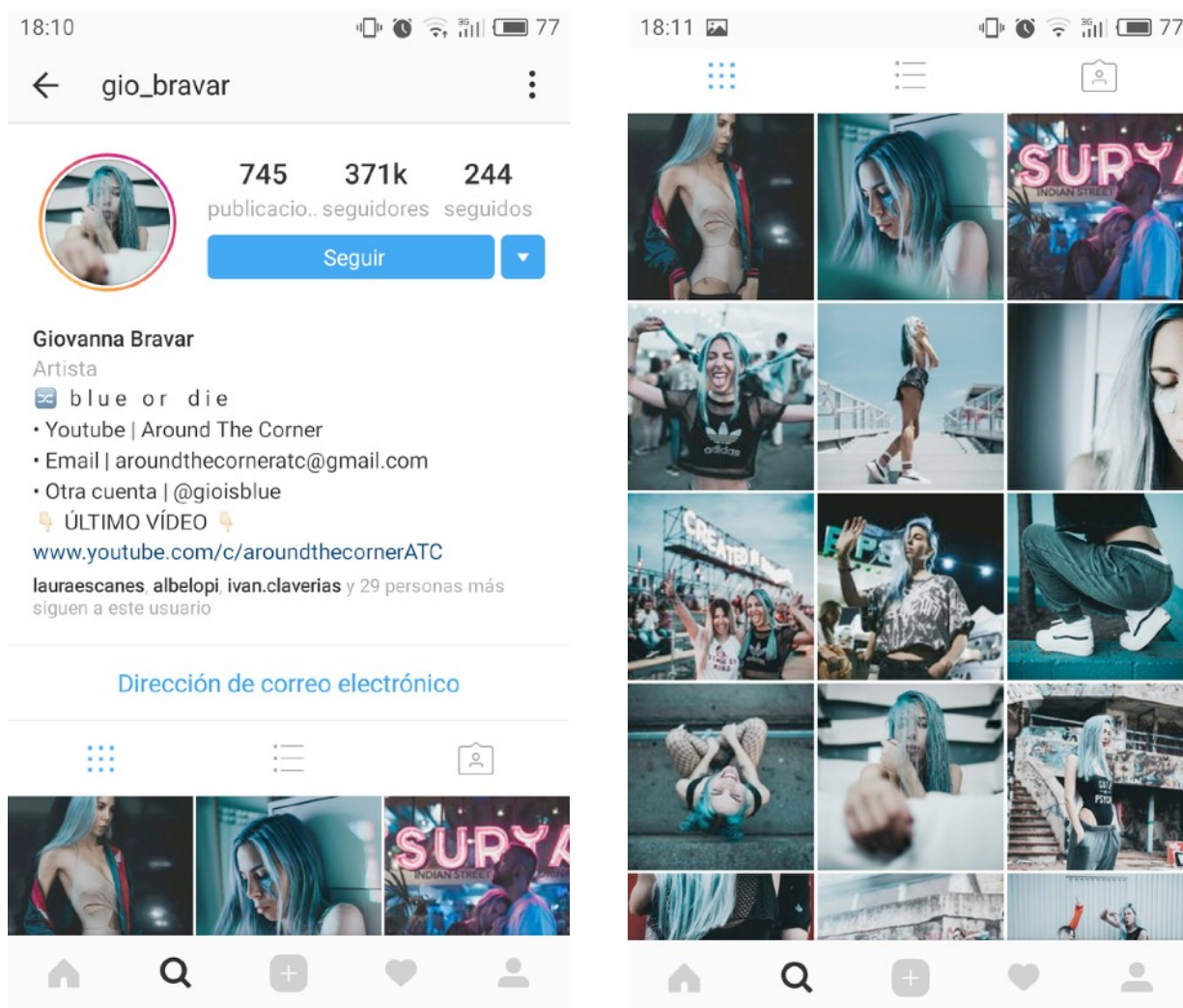


Figura 13. Perfil de usuario de Instagram de Giovanna Bravar. Fuente: Instagram

Retocar imágenes ya forma parte de la cotidianidad de los adictos a las aplicaciones. “Si los usuarios populares acuden a la edición como forma de vida diaria, ¿qué más van a esperar observar además de una imagen manipulada y retocada en toda clase de piezas de comunicación visual que a su alrededor se exponen?” (Ojeda, 2015, p.66) Con esta cita se llega a reflexionar el poder que equivale la manipulación en sí, ya sea en Instagram o no, ya que las marcas líderes del mercado, recurren a ella con frecuencia, a manos del *Photoshop*. Publicitar con cuerpos reales no es lo habitual ni una tendencia líder en el sector. Aunque el acabado de una imagen varía en el ámbito en el que se aplique, su resultado no va a ser visto de igual manera por todos los usuarios. En el área de publicidad la fotografía cada vez está menos comprometida con la realidad de la imagen.

El uso excesivo del programa de retoque digital de imágenes en Photoshop podría llegar a estar detrás de los casos de anorexia y bulimia en los y las adolescentes. Al dar una imagen irreal de perfección física, lleva a una frustración que deriva en problemas psicológicos, como una baja autoestima. (Marie Palma, 2011, s.d) (como se cita en Ojeda, 2015, p.71)

Como ya se trató esta cuestión en el apartado 2.4 *La estética manda sobre la realidad* de este trabajo, es posible que los jóvenes sepan a la perfección que estas imágenes están retocadas, pero quizás no se les pase por la mente hasta qué punto unos filtros, o unas herramientas digitales han modificado dicha fotografía hasta el punto de convertirla en casi irreal.

Estos filtros permiten cambiar la apariencia de una imagen alterando las sombras y colores de los píxeles de ésta, se utilizan para aumentar el brillo o el contraste, agregar variedad de texturas, efectos especiales... Pero no todos están a favor de la utilización de éstos.

Chris Ziegler, editor en el sitio web de tecnología *The Verge*, se queja: “Instagram y sus diversos análogos han creado una legión de usuarios de Smartphones que están subiendo, literalmente, miles de millones de imágenes dañadas. Sí, “dañadas”, porque cuando se aplica un filtro es un truco barato para la foto y no se está mejorando, se destruye. [...] Se está robando su auténtico carácter, sus matices, y se le sustituye por basura que no tiene ninguna otra función que no sea para engrandecer un sentido del arte.” Y concluye: “Si fueras un artista, no estarías usando Instagram en el primer lugar. Ciertamente no estarías usando un filtro como muleta. Al final del día eso es lo que los filtros de Instagram son: muletas...” (Colorado, 2014, s.p)

Rebecca Greenfield, también argumenta que “La base de Instagram es fingir un talento que no tenemos...comenzando por los filtros” (Colorado, 2014, s.p). A pesar de éstas críticas, los usuarios no dudan ni un solo momento en seguir agregando filtros y herramientas de retoque a sus fotografías antes de subirlas a su perfil y compartirlas con los amigos. La propia aplicación se refiere a ellos en su área de preguntas frecuentes así: “Nuestros asombrosos filtros transforman tus fotos en instantáneas de aspecto profesional” (Instagram, s/f). Sí es cierto que mejoran el aspecto de la fotografía, cualquier objeto banal puede convertirse en algo más atractivo y llamativo pero no por ello más profesional o interesante. Es decir, Instagram puede hacer creer la ilusión de que una fotografía vale únicamente por su aspecto, lo cual es totalmente falso. Entonces, ¿cuál es

el verdadero propósito de Instagram? Dieter Bohn, editor de *The Verge* argumenta lo siguiente:

Ciertamente no es crear un “archivo histórico” o registrar “la realidad del modo más preciso posible” - aun si tal cosa fuera posible (que no lo es). Nadie usa Instagram de ese modo. En cambio, es una manera de compartir las imágenes con tus amigos y lograr que esas imágenes sean más interesantes, convincentes e incluso artísticas” (como se cita en Colorado, 2014, s.p)

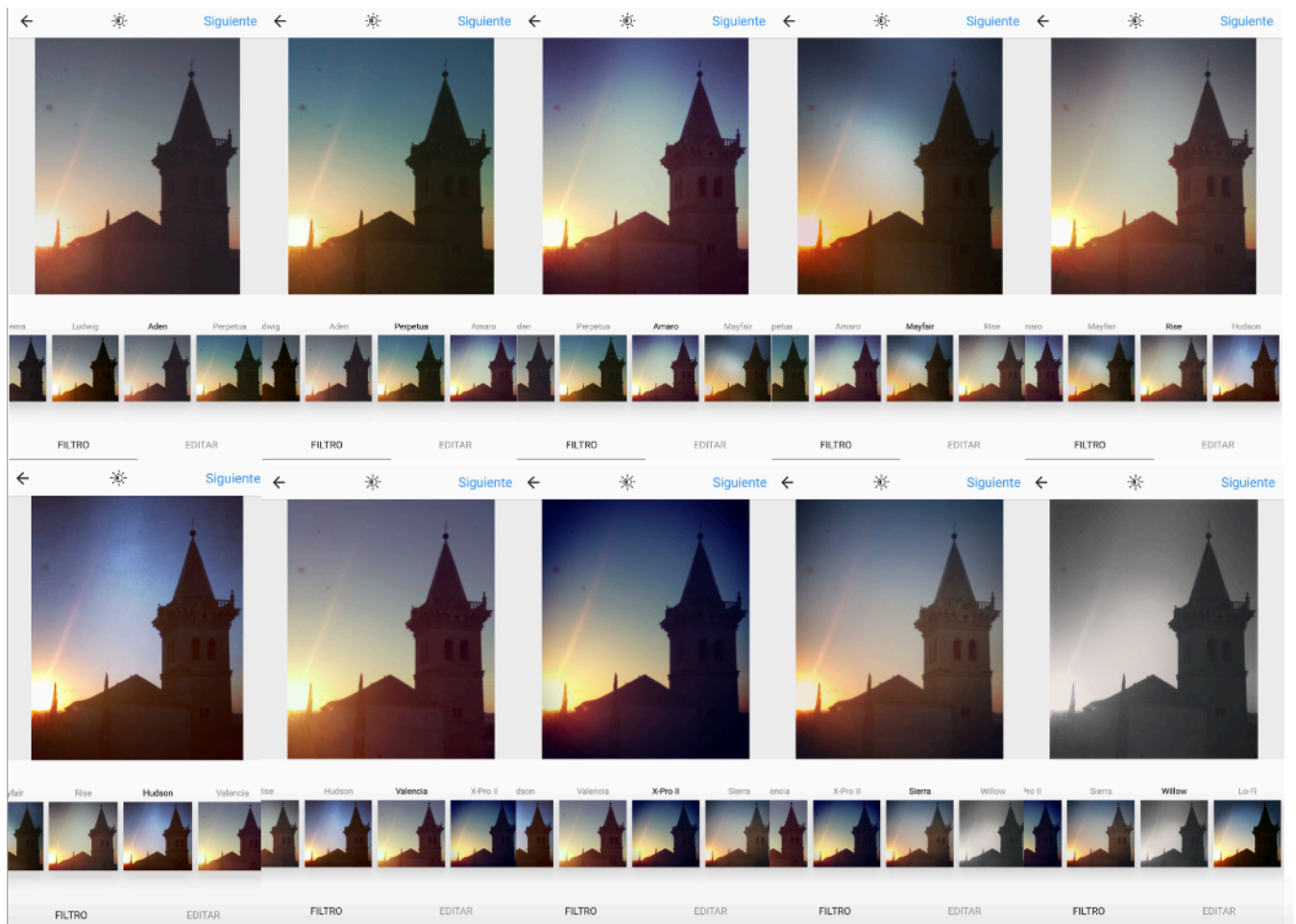
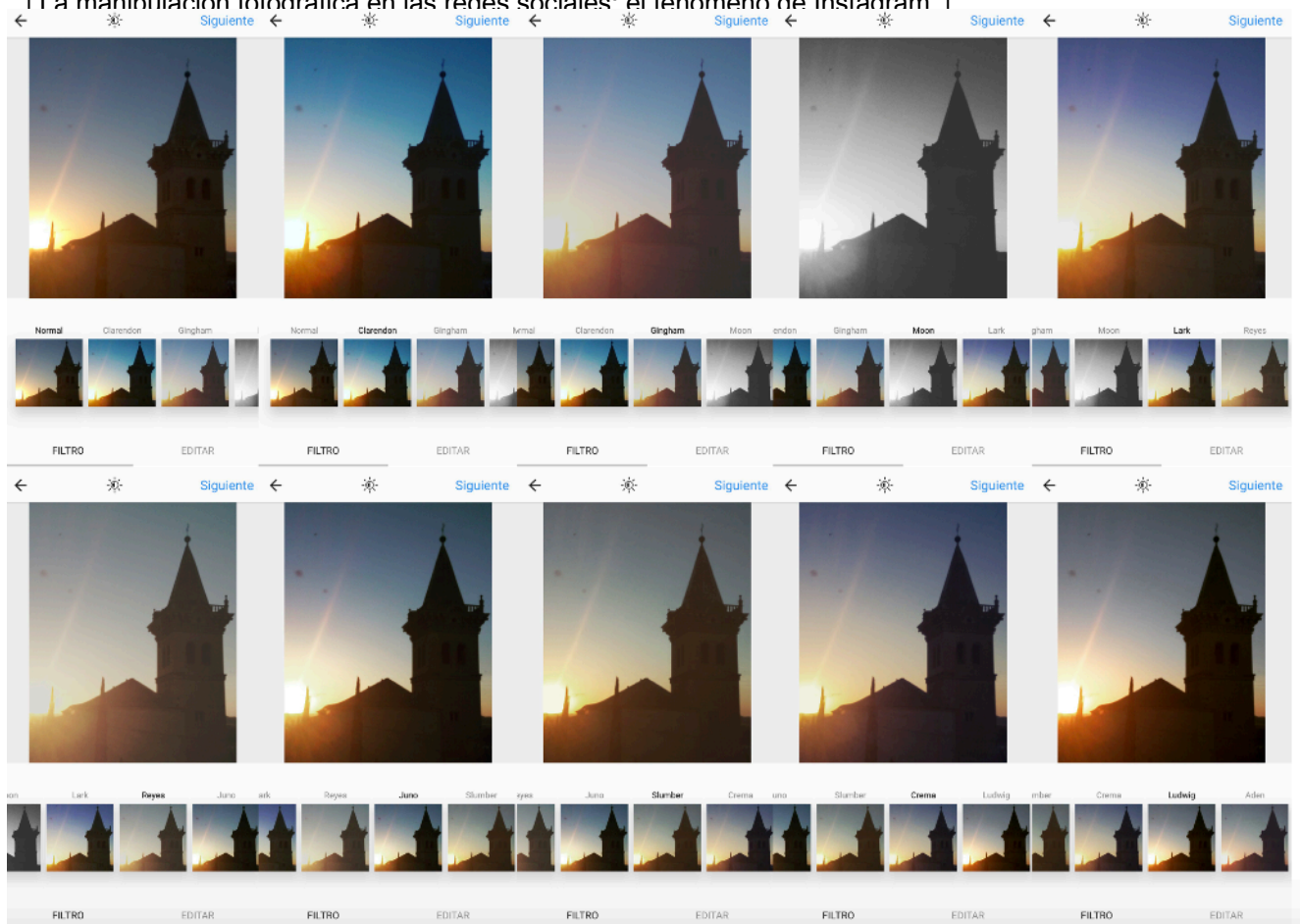
Estos filtros fotográficos que vienen incorporados con Instagram alteran las siguientes características de las fotografías a las que lo queremos aplicar:

- Tono; haciendo referencia a la luz de relleno y el contraste
- Curva tonal: añaden o disminuyen luz en las tonalidades para disminuir el contraste
- Color: donde podemos mejorarlo mediante la intensidad, la saturación o la luminaria cromática.
- Iconicidad fotográfica: si se altera la imagen con colores diferentes a los originales o texturas, etc, la fotografía se aleja del modelo real de su representación.

La lista de los filtros para las fotografías se reducen en los siguientes:

NORMAL	CLARENDON	GINGHAM	MOON
LARK	REYES	JUNO	SLUMBER
CREMA	LUDWING	ADEN	PERPETUA
AMARO	MAYFAIR	RISE	HUDSON
VALENCIA	X-PRO II	SIERRA	WILLOW
LO-FI	INKWELL	HEFE	NASHVILLE

Figura 14. Lista de filtros en Instagram. Fuente: propia.



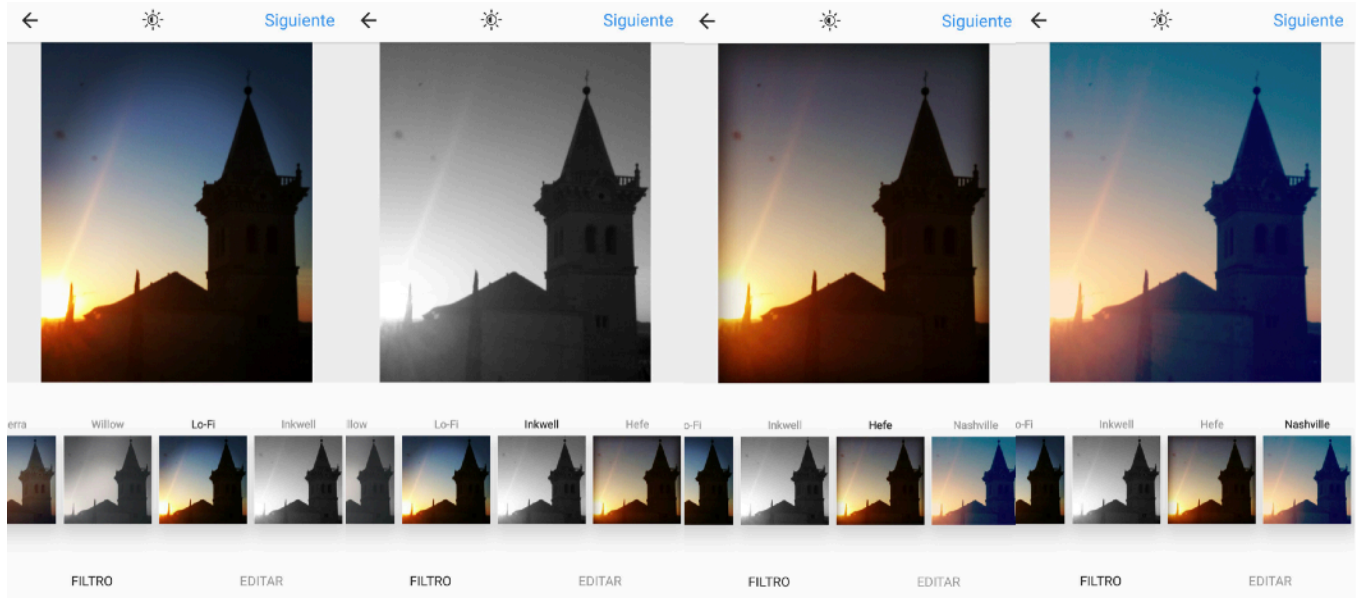


Figura 15, 16, y 17. Filtros disponibles en Instagram. Fuente propia.

Además de estos filtros, Instagram ofrece en la opción “editar” herramientas manuales para cambiar sólo algunos aspectos en concreto de la fotografía para conseguir de una manera u otra el acabado perfecto que todo usuario busca:

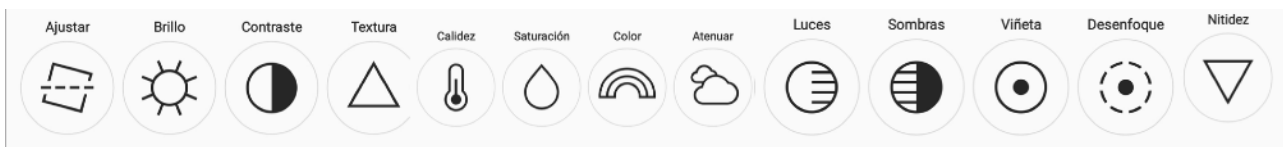


Figura 18. Herramientas de manipulación en Instagram.

De este modo, Instagram es la aplicación ideal para la manipulación de las fotografías, ya que ofrece numerosas alternativas para poder aparentar en la red más bellos, perfectos y profesionales. Aunque como bien dice Juana en *La fotografía intervenida* “una imagen editada ya deja el carácter de huella, para convertirse en una fotografía intervenida” (Nuñez, p.22) En un principio, esta aplicación era exclusiva para compartir imágenes, y la utilizaban sobre todo profesionales para darse a conocer y compartir sus mejores obras, además usaban el *hashtag* #nofilters el que ya se ha vitalizado y utilizan los demás usuarios, pero al parecer, son estas las publicaciones que menos “me gusta” reciben.

La fotografía como fiel referente a la realidad desaparece por completo al existir estas técnicas o programas capaces para editar la fotografía original. Además, el *boom* de Instagram y los filtros fue mucho más allá de la propia aplicación, llegando a mover a los

grandes titanes de la industria fotográfica. A comienzos de 2013, cuando la app sólo había hecho que comenzar, Canon anunció su modelo *PowerShot N*, una cámara capaz de producir seis fotografías con filtros aplicados automáticamente y sospechosamente parecidos a los de Instagram (Colorado, 2014, s/p). Se ha convertido en una obsesión. Capturar. Manipular. Compartir. Esperar los suficientes “me gusta” para aumentar nuestra autoestima. Además, el famoso *like* se ha convertido en una moneda de muy poco valor, ya que no va en función de la profesionalidad o la espectacularidad de la fotografía, un *selfie* horrible de alguien con muchos seguidores puede llegar a obtener miles de “me gusta” más que una obra maestra que pasa desapercibida, sin llegar a tener ni un comentario.

De hecho es tan grande el apego de los usuarios a esta aplicación que Lincoln Caesar llega a incluirlo dentro de las adicciones a los medios sociales. “Si sientes la obligación personal de tomarle fotografías a casi todo y subirlas a tu cuenta, desde tu comida, tu perro, tu ropa nueva, el libro que estás leyendo...” tal vez seas adicto a Instagram. (Colorado, 2014, s/p)

Y es que el *selfie* también se ha convertido en una obsesión, una adicción de mostrar a los demás como queremos que nos vean. Incluso los Instagram ha incorporado a sus múltiples herramientas los filtros faciales, que te añaden un efecto directo, unas orejas de conejo, unas gafas, bigote de gato... todo para parecer mucho más perfecto de lo que eres al capturar la fotografía. Se realizan cientos de capturas de uno mismo con la cámara delantera del móvil hasta que salga perfecta; el autorretrato vive hoy sin precedentes. Tanto, que los *smartphones* en sus anuncios ya indican que su cámara delantera es genial para hacer *selfies*, aseguran calidad y belleza al instante. Sin embargo, lo bello o no bello, se transforma con el paso del tiempo, las modas cambian, los cuerpos que en los años 50 eran la perfección, hoy en día para mucha gente, es ser gorda, tener demasiadas curvas ya no es lo bello. Hoy lo bello, es parecerse a esas chicas *fitness* que son *influencers* y dicen tener una vida de ensueño.

Para terminar de abordar esta parte de la manipulación fotográfica en Instagram, en el siguiente capítulo se mostrará lo que esconden las imágenes perfectas subidas por los usuarios en la aplicación respecto a la realidad. Se mostrará que la obsesión por retocar, añadir filtros, utilizar el *Photoshop* antes de compartir una foto con tus seguidores en Instagram, aplicación a la cual quizás se suban más imágenes en un día que las realizadas en todo el siglo XX. Y todo, por la exigencia de la nueva forma de socialización.

3. TRABAJO DE CAMPO

Para ejemplificar la teoría descrita anteriormente sobre la manipulación fotográfica, he realizado un análisis a través de comparativas de imágenes de Instagram, y un Focus Group con usuarios diarios de Instagram que interactúan constantemente con este tipo de fotografías. “Como dice Fontcuberta “encuadrar es manipular, enfocar es una manipulación, seleccionar el momento del disparo es una manipulación... La suma de todos estos pasos se concreta en la imagen resultante, una “manipulación”. (2011. P. 88)” (como se cita en NUÑEZ, 2013, p.52) Y es que muchas veces, los usuarios optan por escoger la postura adecuada antes de capturar la fotografía que desean.

3.1. Fotografías analizadas:

3.1..1 Imre ÇeÇen

Imre ÇeÇen (@Inrececen) es una chica *fitness* que muestra sus ejercicios y la evolución de su cuerpo en Youtube e Instagram, pero ante todo, quiere demostrar a la gente y concienciar que los únicos cambios reales son los que se consiguen a base de esfuerzo y superación, no los que vemos en algunos perfiles de Instagram que son obra maestra de *Photoshop*. En su perfil, sube fotos demostrando lo que en realidad es, y lo que se sube a la aplicación, como la siguiente imagen, donde reivindica que por que tengas un trasero diferente a los demás, no pasa nada, quizás esté hecho con retoque o con cirugía:



Figura 19.
Foto retocada
vs. realidad.
Fuente :
@Imrececen

En otras publicaciones, demuestra como la pose o la luz, también son unos condicionantes excepcionales para retocar nuestra imagen antes de apretar el botón:

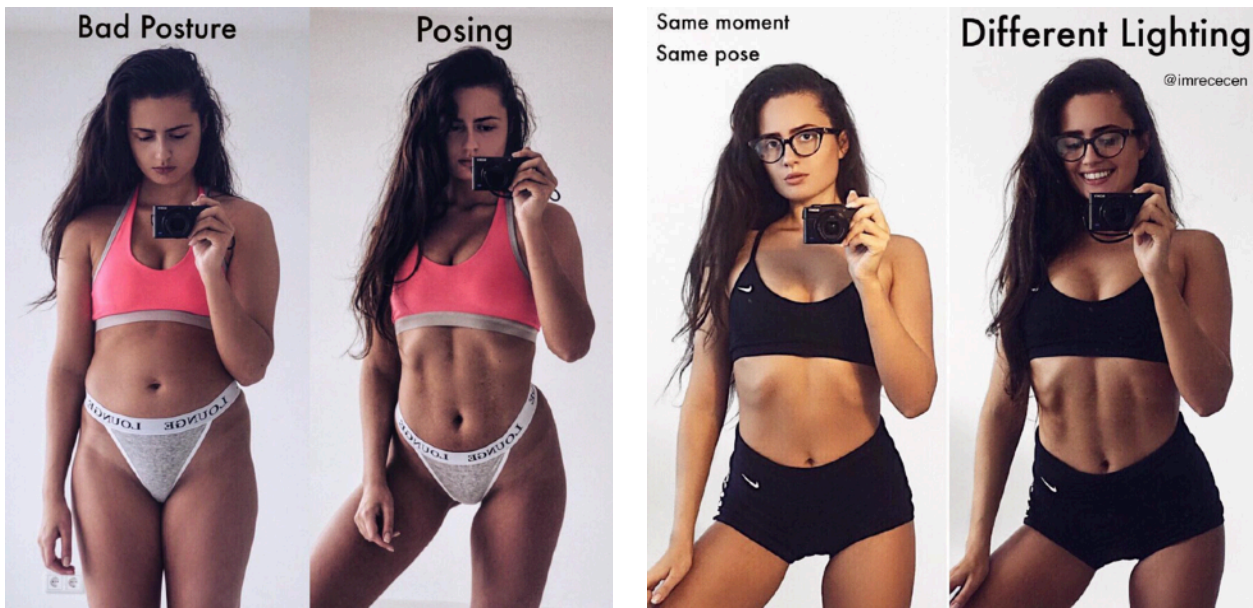


Figura 20 y 21: Pose y luz en una fotografía. Fuente: @Imreecen.

Pero sobre, todo, lo que quiere dar a entender esta *instagramer*, es que en el siglo XXI la sociedad ha impuesto un conjunto de demandas sobre la apariencia y la imagen de la persona, obligando a atender la perfección corporal de forma constante, ya sea en nuestro día a día o en las redes sociales. Esta chica aseguraba que antes comía las menos calorías posibles para estar delgada, y seguía siendo insegura, hasta que se demostró a sí misma, que no por estar más delgada, se es más bella o menos bella, sino que tenemos que amarnos tal y como somos, en todas nuestras posturas, poses y al natural, sin retoques.

Actualmente ha conseguido más de 318.000 seguidores, que quedan fascinados ante su naturalidad y sinceridad, de mostrarse tal y como es, y hacer ver a todos sus seguidores que confían en ella, que todo es posible si se persigue con dedicación, pero no hay que obsesionarse con los cuerpos perfectos que aparecen en Instagram, porque, como bien demuestra, la mayoría de ellos están manipulados, con o sin *Photoshop*.

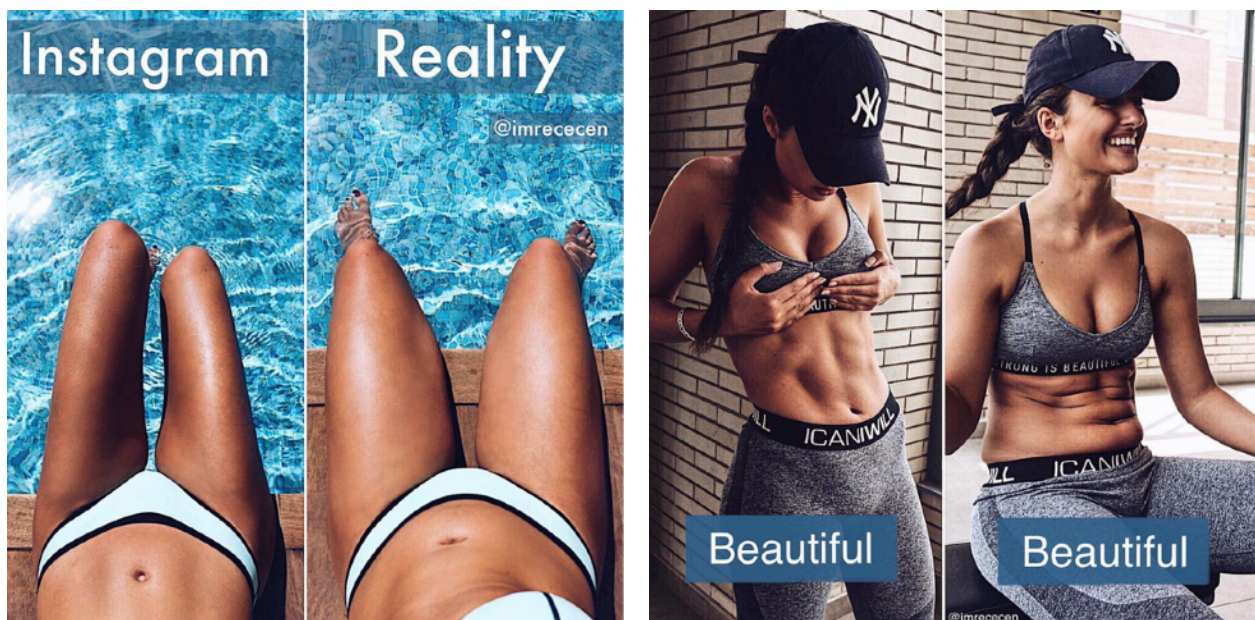


Figura 21 y 22. Instagram: realidad y belleza. Fuente: @Imrececen

3.1.2. Chompoo Baritone

Otro ejemplo es el de la artista Tailandesa, **Chompoo Baritone (@chompoobaritone)**, una fotógrafa que nos muestra como pueden falsearse las fotos de Instagram y hasta qué punto es capaz de llegar el usuario para crear una identidad nueva cada día y demostrar que vive experiencias extraordinarias día a día. Para ello realizó una serie de fotografías que encuadraban a la perfección únicamente lo que queremos mostrar a los demás, no la realidad que muestra el conjunto donde hemos tomado esa fotografía para impactar a nuestros fieles seguidores y presumir de un momento perfecto:

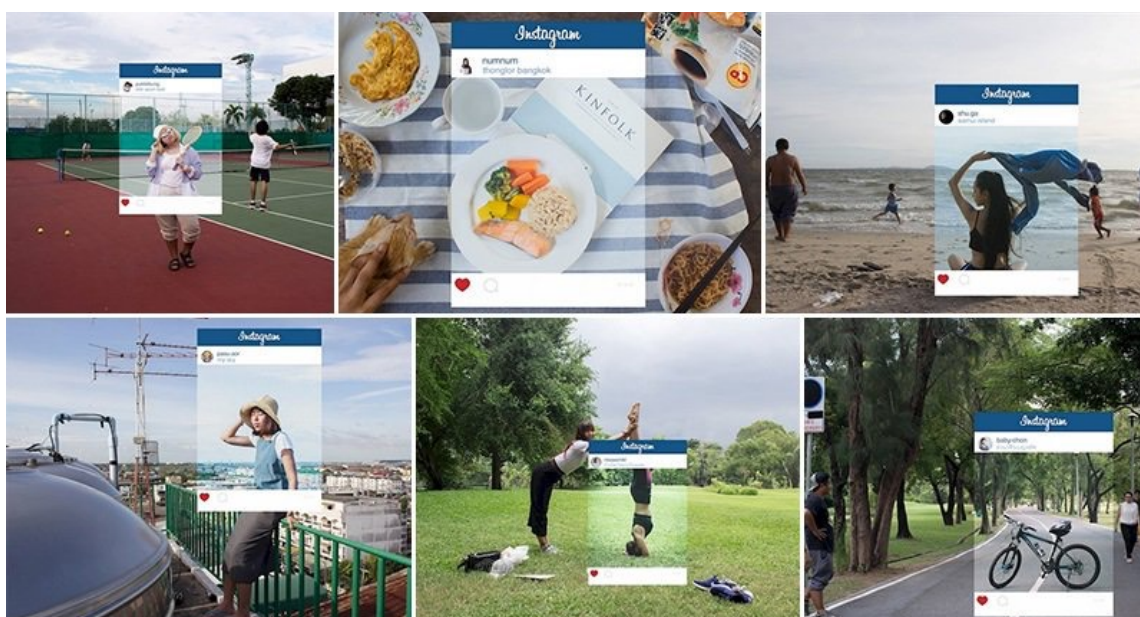


Figura 23. Parte de la serie de Chompoo Baritone. Fuente: @chompoobaritone

Ya son muchos los que han imitado la técnica de Chompoo para recrear espacios y momentos queriendo mostrar a los demás que la realidad, no es lo que realmente ven, sino lo que se quiere mostrar. Los chicos de Limitless han creado la serie de fotografías **“Broken India”** en la que denuncian el estado en el que se encuentra su país y que no se suele mostrar al mundo: pobreza, contaminación, miseria... A veces es necesario mostrar al mundo lo que en realidad es para un cambio positivo. Quieren dar a conocer que lo que realmente está pasando en su país, no son las fotografías perfectas que muestran los turistas:

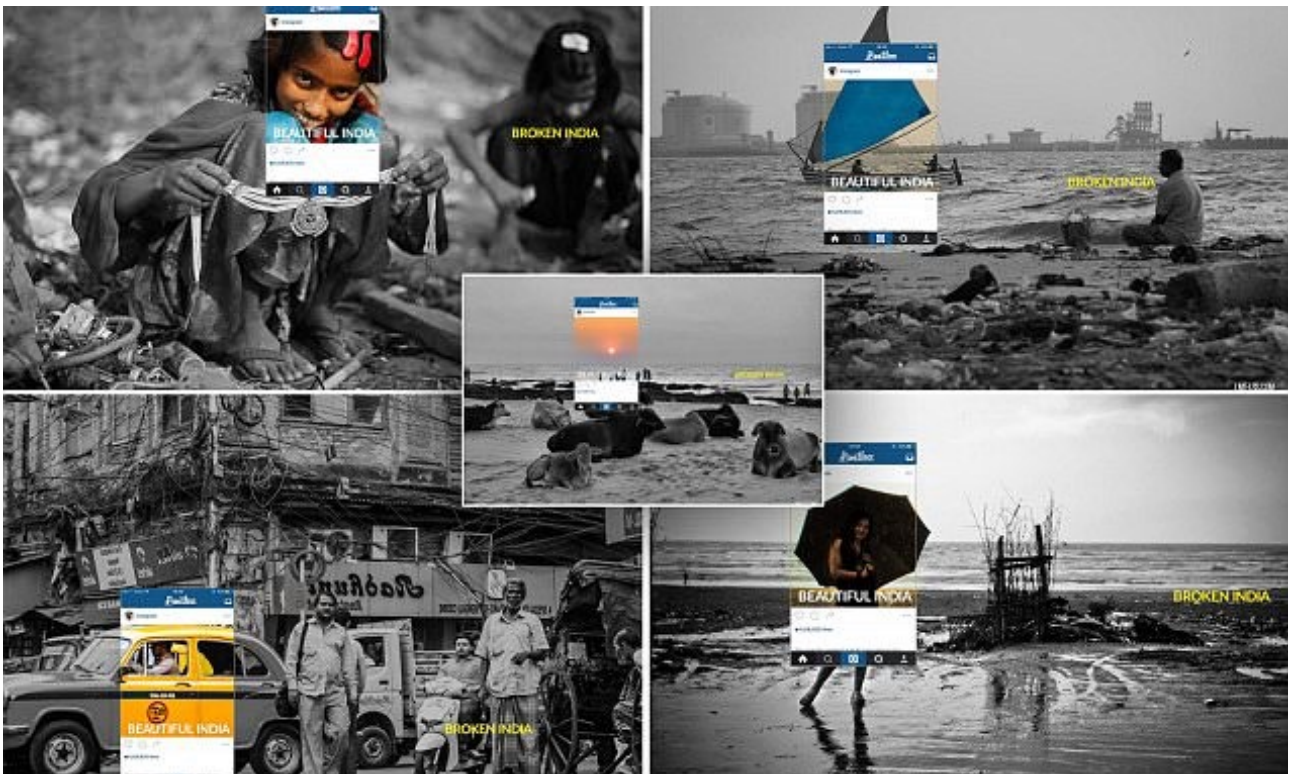


Figura 24. Broken India. Fuente: Limitless

3.1.3. Essena O'Neill

Essena O'Neill, es una modelo australiana de 20 años que dejó Instagram para huir de la falsedad que existe en las redes sociales revolucionó a todos sus seguidores. "Vivimos en una sociedad que recompensa este perfeccionismo artificial", explica la modelo. En 2015 dejó de publicar fotografías en su perfil para posteriormente borrar su cuenta. Aseguraba que esa perfección tan surrealista le amargaba la vida. Incluso subió un video a Youtube ⁷ explicando la situación. En él asegura que en Instagram parecía que lo tenía todo, pero nada se ajustaba a la realidad ya que todo era manipulado. Antes de poner fin a su perfil,

⁷Disponible en: https://www.youtube.com/watch?time_continue=19&v=gmAbwTQvWX8

borró más de 2.000 fotografías y les cambió el pie de foto explicando lo que realmente pasaba.

“Por ejemplo, una foto de ella en bikini con el texto "las cosas se están poniendo bastante salvajes en mi casa. Matemáticas B e Inglés al sol" se convirtió después en "mirad lo creíbles que eran mis pies de foto: el estómago absorbido, la posición estratégica, el push up en los pechos. Solo quiero que las chicas más jóvenes sepan que esto no es una vida sincera, o que es genial o inspiradora. Es perfección hecha para llamar la atención”.” (Cadena Ser. 2016)

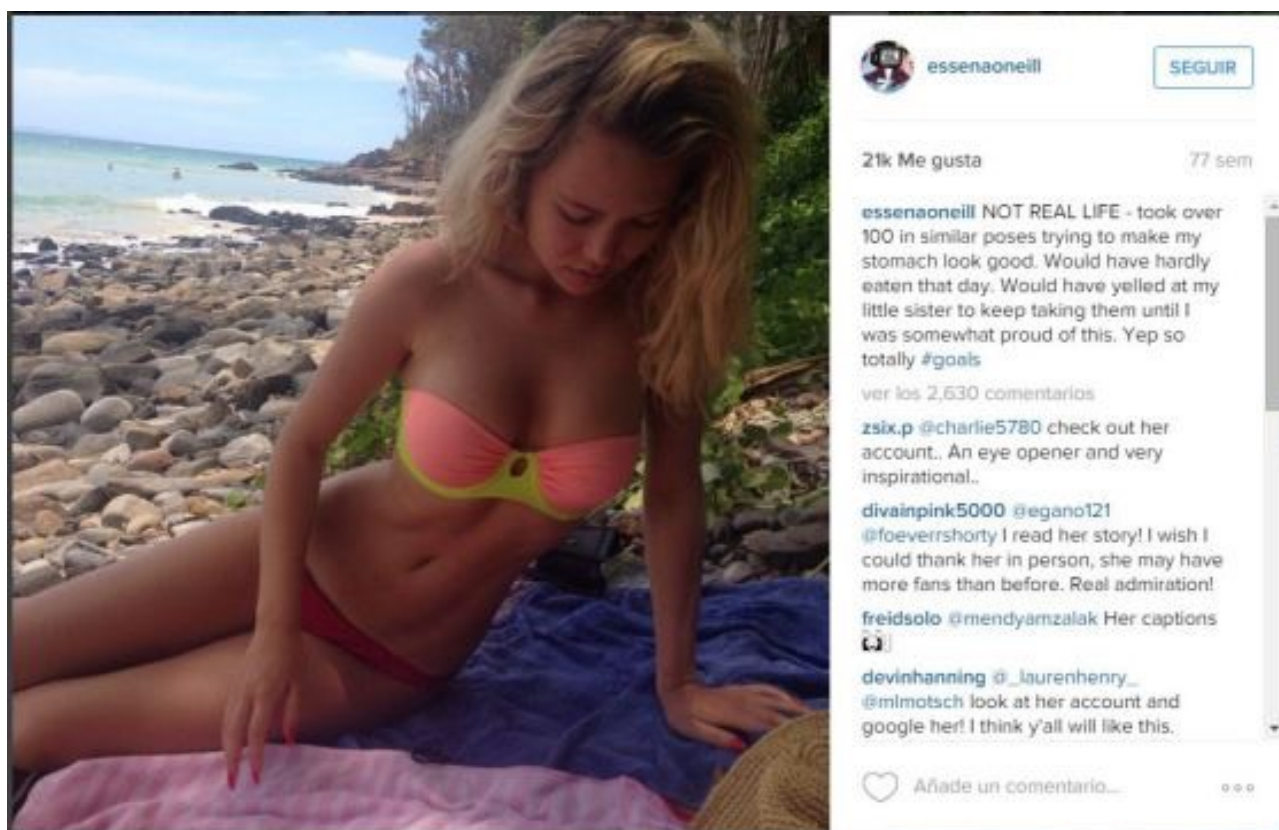


Figura 25. Essena O'Neill posando. Fuente: El País.

Esta modelo es el ejemplo de que una fotografía que represente la vida perfecta, no es una tarea fácil, como para conseguir esta foto, que necesitó más de 100 tomas diferentes y dos horas en la playa, pero que al final te consume y te exprime hasta el límite de crear una adicción por los *likes* y los seguidores. Para ello, la joven creó la web *Lets Be Game Changers*, para ayudar a las personas a desengancharse de esta obsesión.



Figura 26. Essena O'Neill. Fuente: CBC



Figura 27. Essena O'Neill con un vestido por el que le pagaron. Fuente: Elle

Descubre a las demás modelos o *instagramers* y confiesa que le pagan por llevar una prenda en concreto, o que tiene mil prendas que jamás sacó a la calle. Incluso en una de sus fotografías de cerca, contó que lleva años luchando por un problema de acné que tapaba con maquillaje. Su conducta ha hecho a ver a millones de jóvenes que no deben de aparentar ni obsesionarse con una vida totalmente plena llena de lujos y placeres, sino que lo principal es amarse a uno mismo tal y como es, porque el 99% de las fotografías que vemos en las redes sociales, son mentira, todas llevan un trasfondo que ocultan por la obsesión de ser aceptado por la sociedad en ese canon de belleza tan estricto.

3.1.4. Stina Sanders

No sólo ella, muchas modelos se han unido ya a buscar la honestidad y rechazar la manipulación fotográfica, como la modelo **Stina Sanders (@stinasanders)**, que cansada de subir fotos que no se acercaban a la realidad, comenzó a publicar fotos de su día a día en momentos muy cotidianos como el medico, la ducha, sin maquillaje y demás, a lo que el resultado fue tres mil seguidores menos, pero infinidad de comentarios positivos.



Figura 28. Stina Sanders publica sus fotos cotidianas en Instagram. Fuente: @stinasanders

3.1.5. Iskra Lawrence

O **Iskra Lawrence (@iskra)**, modelo de la marca de lencería Aerie, que busca modelos reales y naturales, que quiere mostrar a sus seguidores que se ama, y ama sus curvas haciendo hincapié en que se entienda que todos los cuerpos son diferentes y solo porque una chica puede tener un hueco natural entre sus muslos, no significa que todas deban tenerlo. En una de sus publicaciones Iskra aseguraba que:

“Seré la primera en decir que en las fotografías se trata de encontrar buena luz y buenos ángulos. Siempre recuerden que las fotos en medios sociales no son como en la vida real; nunca dejen que las fotografías de alguien más los haga sentirse inseguros acerca de ustedes mismos [...] Si no te pareces a ella y ella no se parece que a ti, es porque así debe ser. Estás destinada a ser TÚ; nadie más. Tu

cuerpo es tu casa, así que ámallo y respétalo. Cuando te mires después de aceptarte, cosas bellas sucederán”.

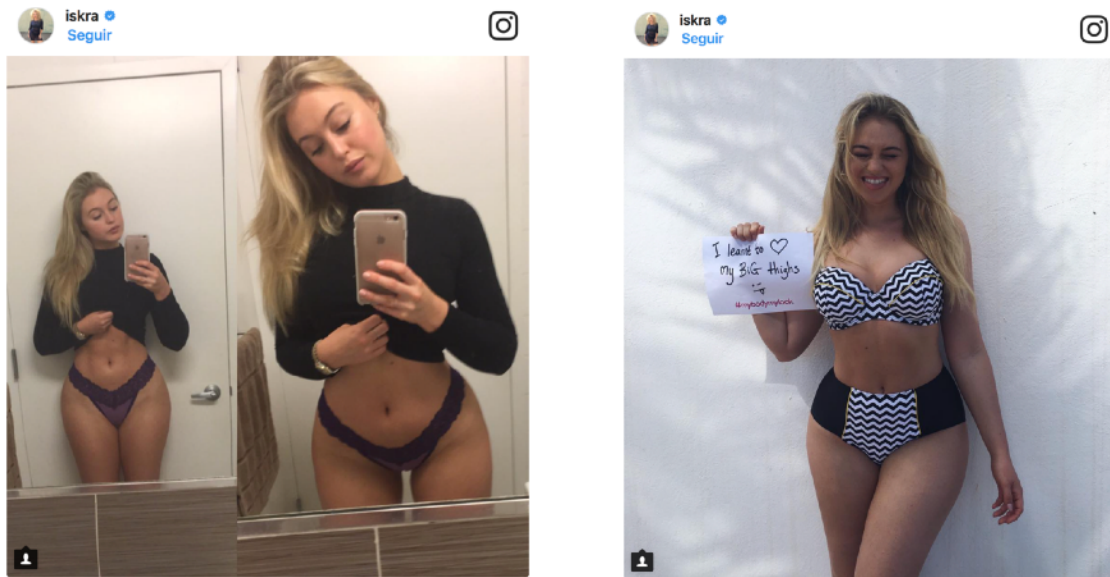


Figura 29 y 30. Iskra orgullosa de sus muslos grandes en Instagram. Fuente: @ Iskra

3.1.6. Inma Cuesta

También la actriz española Inma Cuesta (@inmakum) compartió en Instagram su indignación por cómo se había manipulado una fotografía suya planteándose los límites del retoque fotográfico en la sociedad actual.



Figura 31. Inma Cuesta indignada con el retoque de su fotografía. Fuente: @Inmakum

“Verte y no reconocerte, descubrir que tu imagen está en manos de personas que tienen un sentido de la belleza absolutamente irreal. Imagino que era necesario resaltar el azul cobalto del vestido, quitar algunos pliegues del mismo y subir los niveles de luz para hacer brillar más mi piel, pero no entiendo la necesidad de retocar mi cuerpo hasta dejarme casi en la mitad de lo que soy, alisar mi piel y alargar mi cuello hasta convertirme casi en una muñeca sin expresión. No es la primera vez que pasa, pero esto sobrepasa los límites de la realidad y me avergüenza. La foto de la derecha fue sacada con mi móvil directamente del ordenador en la sesión de fotos, yo al completo, sin trampa ni cartón, Inma entera, la de al lado es una invención, es eso que se supone que debería ser... los “cánones de belleza que “deberíamos” seguir, no me acompleja, no lo entiendo como una señal de lo que debería ser, sencillamente me indigna como mujer y me hace reflexionar muy seriamente hacia dónde vamos y reivindicar con fuerza la necesidad de decidir y defender lo que somos, lo que queremos ser independientemente de modas, estereotipos o cánones de belleza.” Inma Cuesta.

Y así es como dejó a todo el mundo sin palabras. Porque es la verdad, porque la realidad siempre tiene que ganar a las vidas idealizadas, a los cuerpos de escándalo que no son naturales y que hacen que la sociedad crea que todos deben ser así, provocando inseguridades en las personas por no tener un cuerpo exactamente igual al que las modelos publican en Instagram a diario.

Estas chicas son todo un ejemplo de lo que NO hay que hacer con la manipulación fotográfica y mucho. menos, en las redes sociales. En Youtube se viralizó un video⁸ creado por la agrupación "Abandona la etiqueta" (Ditch the label) encargada de enfrentar al bullying, intentando hacer conscientes a los jóvenes de que viven una mentira a través de las redes sociales, en este caso en Instagram, donde muestra la vida de diferentes personas que están dispuesto a hacer cosas que parecen ridículas por tener comentarios y "me gusta" en sus perfiles.

⁸ Disponible en: https://www.youtube.com/watch?time_continue=1&v=0EFHbruKEmw

3.2. Focus Group

Para finalizar el trabajo de campo y dejar más claro la opinión de los usuarios sobre la manipulación fotográfica en Instagram, se realizó un Focus Group con 10 jóvenes comprendidos entre 18 y 23 años, 7 chicas y 3 chicos, estudiantes.

USUARIO	SEXO	EDAD	PROFESIÓN / ESTUDIOS	NIVEL DE USO DE REDES SOCIALES
USUARIO N°1	FEMENINO	18	Estudiante	Se conecta varias veces al día
USUARIO N°2	FEMENINO	20	Estudiante	Uso abusivo de las redes
USUARIO N°3	FEMENINO	20	Estudiante	Se conecta varias veces al día
USUARIO N°4	FEMENINO	21	Trabajadora	Se conecta varias veces al día
USUARIO N°5	FEMENINO	22	Estudiante	Uso abusivo de las redes
USUARIO N°6	FEMENINO	22	Estudiante	Se conecta una vez al día
USUARIO N°7	FEMENINO	21	Estudiante	Se conecta varias veces al día
USUARIO N°8	MASCULINO	23	Trabajador	Se conecta una o dos veces al día
USUARIO N°9	MASCULINO	22	Estudiante	Se conecta varias veces al día
USUARIO N°10	MASCULINO	20	Estudiante	Se conecta varias veces al día

Figura 32. Usuarios de Instagram participantes en el Focus Group. Fuente: propia

Se planteó la cuestión en sí, para debatir las diferentes opiniones de los usuarios. Una de las grandes preguntas fue **si utilizaban la manipulación en sus fotografías mediante las herramientas que ofrece la aplicación**. La mayor parte de ellos estaban de acuerdo en que utilizaban los filtros y las herramientas disponibles que ofrece Instagram antes de subir las fotografías, ninguno de ellos compartían las imágenes al natural, conforme las sacaba la cámara. **La siguiente cuestión fue si utilizaban las cámaras profesionales para después retocar las fotografías en Photoshop**. Es cierto que ninguno de los presentes afirmó utilizar *Photoshop*, pero sí los 10 capturaban sus fotografías con la cámara incorporada a sus *smartphones*.

Se lanzó la cuestión de **por qué razón lo hacían, por qué manipulaban las imágenes en Instagram para compartirlas**. Una joven dijo que “el retocar las fotografías del Instagram tiene tanto sus partes buenas como malas. Los aspectos positivos son que puedes parecer más guapa y darle otro enfoque, pero eso puede parecer que la foto sea menos verdadera, porque no enseñas todo como si lo estuvieras viendo desde la realidad”, otra chica pensaba que Instagram está al alcance de todos, y por eso retocamos nuestras fotografías, porque Instagram permite manipular la imagen de manera sencilla sin la necesidad de utilizar *Photoshop*. Todos estaban de acuerdo en que a Instagram suben las fotografías con la intención de conseguir más “me gusta” que los demás usuarios, y por ello buscan la perfección en cada foto que se va a compartir. Aunque todos utilizan la manipulación fotográfica en Instagram, aseguran no abusar de distorsionar las imágenes porque luego cuando ves a las personas en la realidad cara a cara, no se parecen en nada a lo que han subido a su perfil de la aplicación.

Otro usuario asegura ante la cuestión de **si creen que se deberían de manipular o no las imágenes** que “todos deberían retocar mínimamente sus fotografías para que te incite a darle a “me gusta”, si no quedaría un poco pobre, ya que vas a compartir una foto, arreglarla un poco con un filtro o moviendo los contrastes, aunque no seas profesional”, aunque no se descargaría una aplicación específica para retocar su fotografía, sino que como Instagram lo ofrece, lo hace.

Pero aunque lo hagan, piensan que respecto a **la realidad vs. la estética**, la mayoría de los usuarios les falta naturalidad, ya que buscan una estética diferente a la verdad de sus cuerpos o situaciones. Un chico dijo “las fotografías de hoy en Instagram no representan la naturalidad del momento, es como dar una falsa verdad sobre las cosas y las situaciones, incluso pierden para mi la credibilidad, se les nota la falta de autoestima buscando los “me gusta” por tener la mejor foto”. Cuando se lanzó la pregunta de **si utilizaban Instagram como una plataforma para darse a conocer a los demás mediante una vida idealizada**, todos aseguraron que comparten su vida en Instagram, tanto subiendo fotografías al perfil, como en las historias que desaparecen cada 24 horas, no importa qué estén haciendo, tienen la necesidad de que los demás sepan qué está pasando.

Con el Focus Group, se pudo entender que la mayoría de los usuarios sí manipulan sus fotografías, aunque en este caso sin llegar al extremo cambiando por completo la realidad de la fotografía, sino lo hacen por estética, para que luzca de otra manera, cambiando algunos pequeños detalles con filtros o las herramientas. Pero lo que quedó claro, es que la facilidad con la que Instagram te pone en bandeja acceder a una manipulación, es la clave por la que los usuarios utilizan estas técnicas. Todos los participantes del grupo accedían a la aplicación constantemente, varias veces al día incluso para ver qué está haciendo la gente, con quién está o qué nuevas fotografías han compartido las personas a las que siguen. Instagram se ha convertido en una red social adictiva, sin poder pasar ni un sólo día sin preguntarse qué de nuevo hay en ella. A su vez, se pudo llegar a la conclusión de que sí buscan la perfección en sus fotografías, los usuarios se aferran a encontrar la belleza en aquello que han fotografiado para intentar conseguir más *likes* y estar pendiente de las interacciones en todo momento.

Antiguamente las relaciones eran más sanas, más transparentes y, por tanto, más honestas. Había muy poco espacio para engañar a la persona que tenías delante, no se intentaba decorar nuestras vidas a base de manipular fotografías, no había trampas ni cartón. El postureo, esa necesidad de comunicar a los demás de forma constante qué ocurre en nuestras vidas, acabará con nuestras relaciones más verdaderas.

Y da la casualidad de que lo que creemos que nos hace diferentes, lo que pensamos que es más guay y más molón, lo único que hace es **volvemos idénticos al resto**. Somos una gran masa de posturitas que van a festivales de música, comen en sitios delicatessen y van a cines donde no proyectan nada comercial. ¿Y de verdad creemos que somos distintos? Lo que somos es más bien imbéciles. Y por eso acabaremos con nosotros y con nuestras relaciones basadas en el engaño. (SERRANO, 2014)

4. CONCLUSIÓN.

4.1. Corroboración o refutación hipótesis de partida (resultados)

Resultados: Por lo tanto, la hipótesis general queda afirmada: En la actualidad, la importancia y protagonismo de las redes sociales implica que en muchos casos los usuarios manipulen las imágenes fotográficas para mostrar una realidad inventada con el objetivo de conseguir más seguidores, convertirse en *influencers* o simplemente por consumismo estético e impacto social. Sí, los jóvenes usuarios buscan este impacto mediante la estética, abusando lo que sea necesario de la manipulación para conseguir interacciones.

En cambio, la sub-hipótesis de “La nueva era digital ha alzado a *Photoshop* como herramienta principal para manipular contenido fotográfico y publicarlo en las redes sociales” no es del todo real, ya que desde Instagram se pueden retocar las fotografías directamente para compartirlas en la aplicación, y ante su sencillez, los usuarios prefieren hacerlo directamente desde ahí y no utilizar otro *software* de retoque digital.

Las tres sub-hipótesis restantes quedan verificadas al completo. Los límites morales en la fotografía se sobrepasan gracias a la manipulación fotográfica, utilizando las redes sociales para su distribución. La reputación online es fundamental en la sociedad, siendo las redes sociales una herramienta capaz de destruirla o mejorarla. La manipulación fotográfica destruye toda aquella verdad que debería ser contada.

Así los objetivos se han superado con éxito, haciendo una investigación sobre Instagram y la manipulación fotográfica que abarca la aplicación, analizando la repercusión que tenían éstas fotografías y el impacto que han generado en la era digital. Se ha indagado sobre la importancia de la marca personal y la estética en las redes sociales, dando como resultado el hecho de que los usuarios son totalmente propensos a buscar antes la estética y gustar a los demás que anteponer la realidad. El último objetivo se ha superado con el Focus Group y la comparativa de imágenes de modelos, investigando el comportamiento de los usuarios al crear e interactuar las fotografías manipuladas.

4.2. Conclusiones generales del trabajo realizado.

La fotografía está presente en nuestros días desde hace muchos años, pero la nueva era digital ha transformado su uso sin apenas darnos cuenta. La manipulación fotográfica comenzó para entretener, impresionar, añadir el color ausente a las fotografías, quitar alguna imperfección que otra, y todo ello con técnicas manuales únicamente realizadas por los profesionales, las cuales podían durar horas, incluso hasta días, en crear la fotografía perfecta que buscaban mediante el retoque. En ese momento comenzó a ponerse en duda la fidelidad de la imagen a la realidad, a lo natural, a lo que de verdad se ha capturado en ese instante.

Las nuevas tecnologías y la era digital trajeron consigo el famoso (y peligroso) *software Photoshop*. En sus principios, tan solo tenía la intención de solucionar problemas de iluminación o color, pero el rol de este programa ha llegado al abuso de las herramientas para crear imágenes imposibles de imaginar en la vida real, arrancando el alma de la fotografía original por completo. A esto se le sumó la creación de la web 2.0 y las redes sociales, una herramienta imprescindible ya en nuestra sociedad, y gracias a ellas, la fotografía pasó a ser una actividad cotidiana para millones de personas que antes no podían ni imaginar poseer una cámara fotográfica. Las experiencias personales, los momentos más esenciales del día a día quedan capturados en los *smartphones* como si del nuevo álbum familiar se tratara. Las cámaras de los teléfonos móviles han significado la transformación del uso de la fotografía una revolución de lo que se conocía como tal en el siglo XX, convirtiéndose en un medio de comunicación propio. Se ha asentado una obsesión compulsiva por crear imágenes y acumularlas en la memoria de nuestro teléfono, da igual que no vayan a ser vistas jamás, simplemente tenemos la opción de apretar el obturador sin límites hasta obtener la fotografía que más guapos salimos o el momento que estábamos buscando.

Las redes sociales son capaces de conectar, interactuar, influir e integrar a la sociedad entre sí, no importa cuan de lejos estés, si eres miembro de una red social, sentirás cerca a los que están lejos y no puedes ver. En ellas se crea una identidad, una extensión de la personalidad de manera exagerada, se muestra algo que en realidad se es, por el simple hecho de fortalecer la autoestima al recibir interacciones. Se busca la belleza absoluta de la imagen, porque esa fotografía se va a compartir en nuestro perfil de la red social, los seguidores van a calificar de manera positiva o negativa lo que acabamos de compartir a

través de “me gusta” o comentarios, y por ello, los usuarios acuden a la manipulación fotográfica, a herramientas que le permitan obtener la perfección, la belleza buscada. La estética arrasa frente a la realidad, no se busca la naturalidad, se busca únicamente lo bello para los demás, se prefiere mostrar lo aceptado por la sociedad como perfecto, que el verdadero “yo”. Esta búsqueda de la estética se ha visto en anuncios publicitarios desde hace muchos años, queriendo mostrar cuerpos perfectos para conseguir vender el producto, pero la manipulación fotográfica ha ido mucho más allá. Ahora las redes sociales son la base de esta estética vs. la realidad.

Es el caso de Instagram, la aplicación nacida en 2010 exclusiva para compartir fotografías. El sencillo manejo de la aplicación y la actividad diaria de los usuarios con esta app, ha sido clave para el *boom* que ha causado en la sociedad. La aplicación ofrece filtros y herramientas para poder manipular directamente la fotografía sin tener que recurrir a otros programas de retoque digital. Al estar al alcance de todos, se utiliza de manera desmesurada. No sólo se manipulan las fotografías después de haberlas realizado, sino que, para Instagram, se busca el encuadre y la luz perfecta para poder distorsionar la realidad de como en realidad somos, y compartirla en nuestro perfil. Es una obsesión por conseguir más seguidores, más *likes*, más comentarios, intentar parecerse a los *influencers* del momento. Los jóvenes crean una idea de unos cuerpos y situaciones excepcionales que no son reales gracias a la aplicación. Buscan esas tallas en ellos mismos, creando un problema de identidad, generando tal adicción y frustración que sobrepasan la línea para intentar ajustarse a esas vidas tan falsas, como las fotografías.

Instagram no tiene límites. Por ello, algunas modelos se han sumado a la causa para demostrar a los usuarios y seguidores de sus cuentas, que no es oro todo lo que reluce. Han apostado por la naturalidad antes que por el retoque fotográfico asegurando que todos los cuerpos son bellos, sin la necesidad de distorsionar la realidad y abusar de las herramientas de retoque o *Photoshop*. Suben a sus perfiles imágenes comparativas, demostrando que hay que amarse tal y como uno es, y demostrarle a los demás que no te importan tus curvas, tus arrugas, o tus imperfecciones, que lo natural, siempre ganará a la manipulación fotográfica, un enemigo para los que abusan de sus posibilidades.

4.2. General Conclusions

Photography has been present in our lives for many years now, but the new digital era has changed its use within a glance. Photographic manipulation was initially thought to entertain, to impress, to add the absent color to the pictures, to remove imperfections, and all this done with manual techniques only by professionals, who could take hours/days to create the perfect picture, which they sought through retouching it. At moment, the question of fidelity of the image to reality, to the natural was rose.

New technologies and the digital era brought the famous (and dangerous) software Photoshop with them. In its beginnings, it was only intended to solve problems of lighting or color, but the role of this program has come to the abuse of the tools to create images impossible to imagine in real life, taking away completely the soul of the picture. In addition to this, the web 2.0 and social networks, an indispensable tool in our society, were created. Thanks to them, photography became an ordinary activity for millions of people who could not have imaged they would own a camera someday. Personal experiences, the most essential moments of the day to day are capture by Smartphones as if they were the new family albums. Cameras on phones have led to the change of the use of photography itself, a revolution of what it was known in the 20th century, becoming a means of communication. There has been a compulsive obsession to create images and accumulate them in the memory of our phone, it does not matter that they will not ever be seen again, we have the chance to press the shutter as many times as we want until we look good or until we capture the exact moment we were looking for.

Social networks are able to connect, interact, influence and integrate society with each other, no matter how far you are, as long as you are member of a social network, you will feel close to those who are not close or that you cannot see. In social networks, an identity is created, an extension of your personality in an exaggerated way in which you show something you are not with the aim of increase your self-esteem by getting interactions. We seek the absolute beauty of the image, because that picture will be shared in our profile in the social network, followers will approve or not what we uploaded by “liking it” or adding comments, and this is why users use photographic manipulation or retouching tools to get the perfection, the beauty they were looking for. Aesthetics rules over reality. Naturalness is no longer the objective, now we only seek for what it is beautiful for the rest. It is more important to show what it is accepted by society than the real “me”. This search

for aesthetics has been seen in commercial for many years, wanting to show perfect bodies to get the product to sell, but photographic manipulation has gone much further. Now social networks are the basis for this fight between aesthetics and reality.

This is what happens with Instagram, the app born in 2010 exclusive to share pictures. The easy handling of the app and the daily activity of users with this app has been the key to the boom it has caused in society. The app offers filters and tool to manipulate directly the picture without having to use any other program of digital retouching. Accessible to all, it is use in an excessive way. Not only are the pictures manipulated after they have been made, but also that, for Instagram, people also look for the perfect frame and light to be able to distort the reality of what we are, and share it in our profile. It is an obsession to get more followers, to get more “likes”, to get more comments and to try to look like the influencers of the moment. Young people create an idea of exceptional bodies and situations that are not real thanks to this app. They look for being the same size they see in the pictures, creating an identity problem, generating such addiction and frustration that they cross the line to try to adjust to such false lives, as the photographs.

Instagram has no limits. Therefore, some models have joined the cause to show users and their followers that not all that glitter is gold. They have positioned for naturalness rather than photo retouching, ensuring that all bodies are beautiful without the need to distort reality and abuse Photoshop or retouching tools. They upload comparative images, proving that we need to love ourselves the way we are and show everyone else that you do not care about your curves, your wrinkles, or your imperfections. The natural will always win the photographic manipulation, an enemy for those who abuse their possibilities.

BIBLIOGRAFÍA

ÁLVAREZ, Raúl (2015). *La realidad detrás de las fotografías de Instagram, bueno, según una artista tailandesa*. magnet.xataka.com Disponible en: <https://magnet.xataka.com/why-so-serious/la-realidad-detras-de-las-fotografias-de-instagram-bueno-segun-una-artista-tailandesa> [Consultado el 13 de Junio de 2017]

BASILE, Diego, & LINNE, Joaquín. (2015). Adolescentes y redes sociales online: El photo sharing como motor de la sociabilidad. *Cuadernos del Centro de Estudios en Diseño y Comunicación. Ensayos*, (54), 17-27. Disponible en: http://www.scielo.org.ar/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1853-35232015000400002 [Consultado el 25 de Marzo 2017]

Blog del Fotógrafo | La fotografía como Pasión (2017). blogdelfotografo.com [Consultado el: 17 de Mayo de 2017]

BORDIEU, Pierre (2003). *Un Arte Medio: ensayo sobre los usos sociales de la fotografía*. Barcelona: Editorial Gustavo Gili. [Consultado el 25 de Abril de 2017]

BRUZÓN RUIZ, Iván (2013). *La manipulación fotográfica. La fotografía a través de la historia y el arte*. Disponible en: <https://fotohistarte.wordpress.com/2013/12/08/la-manipulacion-fotografica/> [Consultado el: 8 de Abril 2017]

CAÑEDO, Sandra (2015). *Sobre la realidad en Instagram*. sandracanedo.com Disponible en: <http://sandracanedo.com/2015/10/28/sobre-la-realidad-en-instagram/> [Consultado el 10 de Junio de 2017]

COLORADO, Óscar (2014). *Instagram, el ojo del mundo* (Spanish Edition) (Posición en Kindle218-221). OscarEnFotos Publishing. Edición de Kindle.

COLORADO, Óscar (2014). *Susan Sontag, sobre la fotografía (citas selectas)*. oscarenfotos.com Disponible en: https://oscarenfotos.com/2014/09/06/susan_sontag_sobre_la_fotografia_citas/ [Consultado el 27 de Mayo de 2017]

Cómo se retocaban las fotos antes de Photoshop (desde 1840 hasta los años noventa del siglo pasado, más o menos) - teknoplof.com (2013). Disponible en: <http://www.teknoplof.com/2013/11/13/como-se-retocaban-las-fotos-antes-de-photoshop-desde-1840-hasta-los-anos-noventa-del-siglo-pasado-mas-o-menos/> [Consultado el: 16 de Abril de 2017]

EGAS C., José J. (2009). *Nuevos usos sociales de la fotografía. Formas de representación y auto-representación fotográfica en las comunidades*. Trabajo de fin de

Grado. Ecuador: Universidad Andina Simón Bolívar. Disponible en: <http://hdl.handle.net/10644/457> [Consultado el 20 de Abril de 2017]

El creciente y rentable universo de los influencers en Instagram, [puromarketing.com](http://www.puromarketing.com) (2015). Disponible en: <http://www.puromarketing.com/16/23835/creciente-rentable-universo-influencers-instagram.html> [Consultado el 30 de Mayo de 2017]

FONTCUBERTA, Joan (1997). *El beso de judas. Fotografía y verdad*. Barcelona: Editorial Gustavo Gili S.A.

FONTCUBERTA, Joan (2016). *La Furia de las Imágenes*. Galaxia Gutenbert, 2016.

GABAY, Clarisa Jazmín (2013). *La construcción de la feminidad a través de las revistas de moda. Caso Catalogue*. Trabajo de fin de grado. Buenos Aires: Universidad de Palermo. Disponible en: http://fido.palermo.edu/servicios_dyc/proyectograduacion/archivos/2557.pdf [Consultado el 25 de Abril de 2017]

GARCÍA, Marta. (2017). *La fotografía ha muerto, ¡viva la postfotografía!* El Independiente. elindependiente.com Disponible en: <https://www.elindependiente.com/economia/2017/01/27/la-fotografia-ha-muerto-viva-la-postfotografia/> [Consultado el 1 de Junio de 2017]

GÓMEZ, Anabel (2013). *La manipulación fotográfica en el fotoperiodismo. Fotografías que mienten*. Trabajo de fin de grado. Buenos Aires: Universidad de Palermo. Disponible en: http://fido.palermo.edu/servicios_dyc/proyectograduacion/archivos/2569.pdf [Consultado el: 10 de Marzo 2017]

GÓMEZ, Hugo (s/f). *"Broken India", la realidad que esconden las fotos de viajes que compartimos en las redes*. lacriaturacreativa.com Disponible en: <http://lacriaturacreativa.com/2015/09/25/broken-india-la-realidad-que-esconden-las-fotos-de-viajes-que-compartimos-en-las-redes/> [Consultado el: 14 de Abril de 2017]

GONZÁLEZ, Juan Carlos (s/f). *La fotografía en las redes sociales*. Trabajo final de grado. Facultad de Ciencias de la Comunicación, Universidad Rey Juan Carlos de Madrid; España.

Grandes manipulaciones fotográficas antes de Photoshop - Fotografía DSLR. (2015) Disponible en: <https://fotografiadslr.wordpress.com/2015/02/24/grandes-manipulaciones-fotograficas-antes-de-photoshop/> [Consultado el: 17 de Abril 2017]

HU, Y., Manikonda, L., & Kambhampati, S. (2014). *What we instagram: A first analysis of instagram photo content and user types*. In Proceedings of the 8th International Conference on Weblogs and Social Media, ICWSM 2014 (pp. 595-598). The AAAI Press.

Disponible en: <https://www.aaai.org/ocs/index.php/ICWSM/ICWSM14/paper/view/8118/8087> [Consultado el 5 de Mayo de 2017]

Inma Cuesta, indignada por cómo se ha manipulado una foto suya, (2015). *libertaddigital.com* Disponible en: <http://www.libertaddigital.com/chic/entretenimiento/2015-10-11/inma-cuesta-indignada-por-como-se-ha-manipulado-una-foto-suya-1276558928/> [Consultado el: 4 de Mayo de 2017]

Instagram vs. la realidad, esta blogger mostró lo que muchas queremos esconder (s/f). *nuevamujer.com* Disponible en: <http://www.nuevamujer.com/mujeres/tu-vida/todos/instagram-vs-la-realidad-esta-blogger-mostro-lo-que-muchas-queremos/2017-06-12/112352.html> [Consultado el: 10 de Mayo de 2017]

Iskra Lawrence muestra la “falsedad” de las fotos de otras modelos de Instagram (s/f) *laquiadelvaron.com* Disponible en: <https://www.laquiadelvaron.com/iskra-lawrence-falsedad-fotos-modelos-de-instagram/> [Consultado el: 14 de Junio de 2017]

JAZMÍN GABAY, Clarisa (2013). *La construcción de la feminidad a través de las revistas de moda*. Trabajo de fin de Grado. Buenos Aires: Universidad de Palermo. Disponible en: http://fido.palermo.edu/servicios_dyc/proyectograduacion/archivos/2557.pdf [Consultado el 5 de Mayo de 2017]

La historia de Photoshop (s/f). - PhotoshopNewsletter. Disponible en: <https://www.photoshop-newsletter.com/que-es-photoshop-newsletter/la-historia-de-photoshop/> [Consultado el: 3 Mayo de 2017]

La modelo que dejó Instagram para huir de la falsedad de las redes sociales explica las mentiras detrás de su mejor foto, (2016). *cadenaser.com* Disponible en: http://cadenaser.com/ser/2016/12/28/gente/1482925992_455790.html [Consultado el: 7 de Mayo de 2017]

LIROLA, Candela; MARTÍN, Raquel; MARTÍN, Elena (2015). *Nuevas vías para la publicidad: análisis de la red social Instagram*. Trabajo de fin de grado. España: Universidad de Sevilla. Disponible en: <https://idus.us.es/xmlui/bitstream/handle/11441/26088/tfgpubnuevasviasparala.pdf?sequence=1&isAllowed=y> [Consultado el: 9 de Marzo 2017]

LÓPEZ, Esther (2015). *Validación de dos entornos virtuales para la evaluación del Abuso de Internet i de las Redes Sociales*. Trabajo de fin de grado. Disponible en: <http://www.ub.edu/vrpsylab/tfg/tecnologia/pdf/Internetyredessociales.pdf> [Consultado el: 9 de Marzo de 2017]

LÓPEZ, María R. (2015). *La estrella de Instagram revela sus engaños*. El País. el país.com Disponible en: http://elpais.com/elpais/2015/11/03/estilo/1446547570_629565.html [Consultado el 16 de Abril de 2017]

McCUNE, Zachary (2011). *Consumer Production in Social Media Networks: A case Study of the "Instagram" iPhone App*. Disponible en: http://thames2thayer.com/blog/wp-content/uploads/2011/06/McCune_Instagram_Dissertation_Draft.pdf [Consultado el 20 de Abril de 2017]

MÉNDEZ, Manuel (2013). *Así se editaban las fotos antes del Photoshop* - ez.gizmodo.com Disponible en: <http://es.gizmodo.com/asi-se-editaban-las-fotos-antes-de-la-era-de-photoshop-1299367939> [Consultado el 16 de abril 2017]

MÉRIDA, María (2016). Iskra Lawrence, la modelo que ha demostrado que esas fotos naturales de Instagram están retocadas. [vogue.es](http://www.vogue.es/moda/news/articulos/iskra-lawrence-demuestra-fotos-naturales-instagram-estan-retocadas/25807) Disponible en: <http://www.vogue.es/moda/news/articulos/iskra-lawrence-demuestra-fotos-naturales-instagram-estan-retocadas/25807> [Consultado el: 3 de Junio de 2017]

MORDUCHOWICZ, Roxana (2012). *Adolescentes y las redes sociales*. Disponible en: <http://www.roxanamorduchowicz.com.ar/textos%20pdf/Adolescentes%20y%20redes%20sociales.pdf> [Consultado el: 28 de Abril de 2017]

NUÑEZ, Juana Inés (2013). *La fotografía intervenida. El uso y abuso del Photoshop*. Trabajo de fin de Grado. Buenos Aires: Universidad de Palermo. Disponible en: http://fido.palermo.edu/servicios_dyc/proyectograduacion/archivos/2744.pdf [Consultado el: 20 de Abril de 2017]

OJEDA, Lucía. (2015) *El Photoshop: ¿Aliado o enemigo? Impactos de la edición fotográfica en piezas de comunicación gráfica*. Trabajo de fin de grado. Buenos Aires: Universidad de Palermo. Disponible en: http://fido.palermo.edu/servicios_dyc/proyectograduacion/detalle_proyecto.php?id_proyecto=3507 [Consultado el: 18 de Abril 2017]

OJEDA, Lucía. (2012) *Redes Sociales. Cómo impactan en las Relaciones Públicas y en la comunicación online*. Trabajo de fin de grado. Buenos Aires: Universidad de Palermo. Disponible en: http://fido.palermo.edu/servicios_dyc/proyectograduacion/archivos/1508.pdf [Consultado el: 9 de Marzo 2017]

ONTSI (2017). *Las TIC en los hogares españoles*. Disponible en: <http://www.ontsi.red.es/ontsi/sites/ontsi/files/LIII%20Oleada%20Panel%20Hogares%20%283T%202016%29.pdf> [Consultado el 4 de Mayo de 2017]

ORTEGA, Ignacio (2012). *¿Dónde está Trotsky?* Público. Disponible en: <http://www.publico.es/culturas/trotsky.html> [Consultado el 17 de Abril de 2017]

PALMA, Marie (2011) *El photoshop podría influir negativamente en los adolescentes*, Orange Star Media, s.p. Disponible en: <http://www.starmedia.com/mujer/photoshop-podria-influir-negativamente-en-adolescentes/> [Consultado el: 4 de Mayo de 2017]

PARDO, Rebeca (2012). *La fotografía ¿nunca? mente: la manipulación fotográfica antes del Photoshop. En la retaguardia: imagen, memoria e identidad*. Disponible en: <https://rebecapardo.wordpress.com/2012/10/13/la-fotografia-nunca-mente-la-manipulacion-fotografica-antes-del-photoshop/> [Consultado el: 16 de Abril 2017]

PEREA, Sergio (2012). *La manipulación fotográfica antes de la “Era Photoshop” en el Metropolitan Museum de Nueva York*. - xatakafoto.com Disponible en: <https://www.xatakafoto.com/historia-de-la-fotografia/la-manipulacion-fotografica-antes-de-la-era-photoshop-en-metropolitan-museum-de-nueva-york> [Consultado el 16 de abril 2017]

Photoshop, ¿enemigo o aliado de las celebrities? (s/f) - buhomag.elmundo.es Disponible en: <https://buhomag.elmundo.es/celebrities/photoshop-enemigo-o-aliado-de-las-celebrities/252a3893-0004-5813-2134-112358132134> [Consultado el: 20 Mayo 2017]

POLANCO, Rodrigo (2017). *Instagram vs. Realidad. El duro video para concientizar*. filo.news Disponible en: <https://www.filo.news/viral/Instagram-vs-Realidad-El-duro-video-para-concientizar-20170325-0018.html> [Consultado el 13 de Junio de 2017]

POPOVA, María (2015). *Susan Sontag, fotografía y redes sociales: el consumismo estético y la violencia de la fotografía* - www.numerof.org. Disponible en: <http://numerof.org/susan-sontag-fotografia-y-redes-sociales-consumismo-estetico-y-violencia-de-la-fotografia/> [Consultado el: 10 de Marzo 2017]

RENOBELL, Víctor (2005). «Hipervisualidad. La imagen fotográfica en la sociedad del conocimiento y de la comunicación digital». UOC Papers [artículo en línea]. N.º 1. UOC. Disponible en: <http://www.uoc.edu/uocpapers/1/dt/esp/renobell.pdf> [Consultado el: 25 de Abril de 2017].

RODRÍGUEZ DURÁN, Alejandro (2015). *La belleza busca honestidad y rechaza la manipulación fotográfica* - paredro.com Disponible en: <http://www.paredro.com/la-belleza-buson-fotografica/> [Consultado el: 6 de Abril 2017]

SAIZ, Eva (2012). *El photoshop antes del photoshop*. El País. Disponible en: http://cultura.elpais.com/cultura/2012/10/25/actualidad/1351126144_918910.html [Consultado el: 16 de Abril de 2017]

SERRANO, Beatriz (2014). De cómo el postreo acabará con nuestras relaciones y por consiguiente, nuestras vidas. [trendenciashombre.com https://www.trendenciashombre.com/chicas/de-como-el-postureo-acabara-con-nuestras-relaciones-y-por-consiguiente-nuestras-vidas](https://www.trendenciashombre.com/chicas/de-como-el-postureo-acabara-con-nuestras-relaciones-y-por-consiguiente-nuestras-vidas) [Consultado el: 4 de Mayo de 2017]

“Smartphonografía”, el arte de comunicarse con imágenes (2013) [bbc.com](http://www.bbc.com/mundo/noticias/2013/01/130116_tecnologia_smartphone_fotos_aa) Disponible en: http://www.bbc.com/mundo/noticias/2013/01/130116_tecnologia_smartphone_fotos_aa [Consultado el 10 de Mayo de 2017]

SONTAG, Susan (2006). Sobre la Fotografía. Santillana Ediciones Generales, S.A de C.V, 2006. México.

SUSPERREGUI, José M. (1987). *La fotografía como medio de comunicación de las masas*. Disponible en: http://www.bizkaia.eus/fitxategiak/04/ondarea/Kobie/PDF/4/Kobie_4_Bellas_artes_LA%20FOTOGRAFIA%20COMO%20MEDIO%20DE%20COMUNICACION%20DE%20LAS%20MA.pdf?hash=9805c0f8e00984fd9d746db8fb5073cb [Consultado el 23 de Mayo de 2017]

TEIXEIRA RIBEIRO, Luis Augusto (1999); Manipulación en el fotoperiodismo: ética o estética, en Revista Latina de Comunicación Social, número 22, de octubre de 1999, La Laguna (Tenerife). Disponible en: <http://www.ull.es/publicaciones/latina/a1999coc/30teixeira.htm> [Consultado el 20 de Marzo 2017]

VALLE BARRIOS, Lucía (s/f). *La moda está de moda. Estar “in” en los Social Media*. Trabajo de fin de grado. Disponible en: [https://buleria.unileon.es/bitstream/handle/10612/3677/LA%20MODA%20ESTÁ%20DE%20MODA.%20ESTAR%20IN%20EN%20LOS%20SOCIAL%20MEDIA%20\(TFG\).pdf?sequence=1](https://buleria.unileon.es/bitstream/handle/10612/3677/LA%20MODA%20ESTÁ%20DE%20MODA.%20ESTAR%20IN%20EN%20LOS%20SOCIAL%20MEDIA%20(TFG).pdf?sequence=1) [Consultado el: 15 Marzo 2017]

VENTURA PIAZZA, Reyes (2016). *La manipulación de la información a través de la fotografía. Caso práctico: Campaña y precampaña de las Elecciones Generales de 2015 en el diario El País*. Trabajo de fin de grado. España: Universidad de Sevilla. Disponible en: <https://idus.us.es/xmlui/bitstream/handle/11441/43414/TFG%20-%20Definitivo%202.pdf?sequence=1> [Consultado el: 9 de Marzo 2017]

VILLANUEVA, Patricia (2017). Cuáles son las redes sociales con más usuarios del mundo (2017). marketing4ecommerce.net Disponible en: <https://marketing4ecommerce.net/cuales-redes-sociales-mas-usuarios-mundo-2017/> [Consultado el: 5 de Mayo de 2017]

ANEXO.

Curriculum Vitae



**ELENA
MUÑOZ
MARTÍNEZ**

30-5-1995

C/ San Fernando
nº40, 2º
30510 Yecla,
Murcia.

684064766

elena.mmartinez.16
@gmail.com

Profesión / Área profesional

**Graduada en Comunicación Audiovisual en la Universitat
Jaume I**

Futura comunicadora que se considera una chica muy activa y con mucha fuerza interior. La constancia es uno de los puntos fuertes en mi trabajo y me encanta perseguir nuevas metas y objetivos. Me considero una chica muy social, amigable, razonable y simpática. Siempre en busca de nuevos caminos.

Habilidades / Experiencia

Curso de Final Cut Pro X Avanzado [Febrero 2016]
Universitat Jaume I, Castellón.

Curso Protocolo y Eventos [Diciembre 2015]
EAD Consulting (UJI), Castellón.

Instructora de Danza Urbana [Enero 2016]
APTA Vital Sport Castellón.

Prácticas de la Universitat Jaume I en Alfatec Sistemas, Valencia, en el departamento de **Marketing Online** donde pude trabajar las habilidades de Community Manager, SEO, SEM, Social, y Desarrollo Web. [Octubre 2016-Febrero 2017]

Otros datos / Competencias

Idiomas
Inglés: A2
Castellano: Nativo
Francés: B1

Photoshop	●●●●○	Creatividad	●●●●○
Final Cut	●●●●○	Liderazgo	●●●●○
Logic	●●●●○	TeamWork	●●●●○
RRSS	●●●●●	Eficiencia	●●●●○

- **Habilidades y manejo de Fotografía.**
- **Edición de video y audio.**
- **Competencias en radio y tv.**
- **Habilidades en el sector publicitario.**

Formación académica

PRIMARIA - 2007

ESO + BACHILLER CIENCIAS SOCIALES - 2013

GRADO EN COMUNICACIÓN AUDIOVISUAL (UJI) - 2013- ACTUALIDAD.

